

El factor sorpresa



MARÍA ALEJANDRA
Campos

Politóloga

Ver un debate entre Pedro Pablo Kuczynski y Keiko Fujimori es como ver la semifinal de la Champions entre el Real Madrid y el Manchester City. Es un evento importante, que va a impactar el resultado final de la segunda vuelta pero, probablemente, teniendo en cuenta el estilo de ambos candidatos, podría ser muy aburrido. Aun así, tener un debate extra al de la semana anterior a la elección es una buena noticia, por varios factores.

El primero es que organizar un solo debate, una semana antes de la votación, es como

arrancar un partido en el minuto 90. Los últimos siete días son emocionantes y, como el tiempo suplementario, definen al ganador; pero sería ideal tener más tiempo para medir a los candidatos. Sobre todo cuando, en nuestro país, la ley electoral prohíbe la publicación de encuestas a partir de esa fecha, dejando al elector sin herramientas para informarse acerca del impacto del encuentro.

En segundo lugar, existe una proporción significativa de peruanos (22% en el 2011) que espera la última semana para definir su voto. Con un empate técnico marcando la agenda de la campaña, es muy probable que sean los indecisos de la última semana los que rompan la igualdad. Tener un debate antes aporta información para decidir con mayor anticipación.

Finalmente, los debates son un tema de interés nacional. En el 2011, solo el 5% declaró que el debate presidencial de segunda

vuelta no le generaba interés. La población está pendiente de escuchar propuestas y estas son el principal –aunque no mayoritario– criterio para decidir por qué candidato votar (ver para ello la encuesta de Ipsos de marzo del 2016). Bajo esta lógica, más allá del compromiso asumido en el Pacto Ético Electoral, a los candidatos les conviene participar en espacios que les permitan exponer sus programas.

Sin embargo, tener las mejores propuestas no asegura convocar más votos. Para que el evento afecte las preferencias del electorado importa tanto el fondo como la forma. Las propuestas técnicas como la capacidad para comunicarlas y la habilidad para reaccionar ante una crítica.

En el 2011, cuando Keiko debatía con Ollanta Humala, este último le clavó una puñalada de la cual la candidata naranja no se pudo recuperar: la participación de Agui-

naga en las esterilizaciones forzadas en el gobierno de su padre; a lo que ella respondió “Aguinaga es una persona intachable, como la gran mayoría de todas las personas que trabajan a mi lado”. Luego del debate, Ollanta, que hasta ese día se encontraba en empate técnico siguiendo de cerca a Fujimori, volteó la torta y logró ganar la elección.

Ni Keiko ni PPK son conocidos por sus habilidades como polemistas. Una tiene un estilo de alumna aplicada que no conecta con las emociones de los electores y el otro tiene la debilidad de hablar en ‘slow motion’ y tener un sentido del humor peculiar. Hasta ahora ninguno de los dos ha demostrado tener la calle o la picardía para descuadrar al contrincante en un encuentro cara a cara. Estos debates son una gran oportunidad para sorprender a los espectadores y ofrecerles más de lo que esperan ver. Queda ver si saben aprovecharla. —