

Proceso electoral y cultura política en Perú

Gloria Alicia Caudillo Félix

Los procesos electorales, en los que aparentemente el ciudadano se limita a votar y los candidatos a elaborar sus campañas políticas, son momentos propicios para detectar los principales rasgos de la cultura política de un país. Igualmente, constituyen el marco adecuado para visualizar las principales contradicciones sociales y culturales, la problemática económica, así como el grado de legitimidad de las distintas fuerzas políticas.

Todos estos elementos se vuelven más evidentes en sociedades como la peruana, en la que perviven fuertes resabios oligárgicos y donde al problema étnico, la violencia política y la crisis económica, se le auna la incapacidad de los partidos políticos para presentar a la población y llevar adelante un proyecto viable de nación.

La situación del Perú se expresa a través de una cultura política que se caracteriza por ser abigarrada y compleja, en la que conviven tradición y modernidad. Pero, además, ésta no es una ni homogénea, ya que los distintos grupos sociales y culturales difieren en su utopía y en su práctica política, llegando incluso a mostrar diferencias insalvables.

La primera vuelta

En el proceso electoral de 1990, en el que los principales contendientes a la Presidencia fueron Mario Vargas Llosa por el Frente Democrático Nacional (FREDEMO) y Alberto Fujimori por Cambio 90, afloró en todas sus dimensiones la complejidad peruana. Al iniciar la contienda, quien más posibilidades tenía de ganar era Vargas Llosa, gracias al auge de masas que había alcanzado la derecha a través del movimiento Libertad, surgido en oposición a la medida de estatización de la Banca decretada por Alan García.

Pero la alianza dada en la coyuntura electoral entre Libertad y dos partidos tradicionales, aunque intentó consolidarse a través de un mismo proyecto político, provocó que, por un lado, se compitiera por el liderazgo y, por otro, chocaran visiones programáticas distintas. Estas contradicciones, incluso, pro-

vocaron que en los momentos más críticos, Vargas Llosa depusiera momentáneamente su candidatura.

La admiración por la modernidad del Primer Mundo, llevó a los fredemistas a recurrir para su campaña electoral a la especializada empresa norteamericana Sawyer/Miller, reconocida por sus minuciosas encuestas, sus análisis permanentes del electorado y su óptima utilización de los medios de comunicación. Pero mientras los jóvenes del FREDEMO se sentían la vanguardia de la libertad y el centro de la revolución liberal, estableciendo nexos cada vez más estrechos con liberales de todo el mundo,¹ sus afanes por atraer a los sectores populares eran cada vez más opacados por la irrupción de un ser misterioso y desconocido llamado Alberto Fujimori.

El programa enarbolado por Vargas Llosa, por primera vez en la historia de la oligarquía peruana, contemplaba responder a las necesidades de los sectores populares –principalmente los informales– y la idea de coptarlos se volvió una verdadera obsesión para sus estrategias de campaña, quienes armaron todo un esquema de clasificación en el que los niveles sociales prioritarios eran los más bajos y fueron ubicados con las letras C y D. Alvaro, hijo de Vargas Llosa y conductor principal de su campaña, asegura que: “La búsqueda del C y D dominó nuestros pensamientos y nuestras energías, y fue el norte de nuestra rutinaria hermenéutica de los estudios de mercado electoral”.²

¿Qué elementos determinaron que a pesar de todos los esfuerzos de Vargas Llosa y sus estrategias por acercarse a los sectores populares, no lograran su adhesión? Para empezar, los fredemistas proponían una modernidad *thatcheriana*, acorde con modelos de desarrollo europeos y norteamericanos pero distante de la realidad peruana. Magnificaban el mercado y lo presentaban como la panacea de todos los problemas sociales.

Y aunque en el discurso de Vargas Llosa hubo intentos de reconciliación con el mundo andino al mencionar el gran valor del viejo Perú “...que ha quedado todavía en algunas lenguas... como el recuerdo de la prosperidad, de lo que es el progreso”, no dejó de verlo como pasado, como folclor digno de venderse al mejor postor. Olvidó que sus miembros están presentes en la realidad nacional y exigen el derecho a participar en ella de manera justa e igualitaria. El discurso fredemista proyectaba incompreensión de la realidad popular, caracterizada por

¹ En marzo de 1990 se llevó a cabo en Perú el evento “La revolución de la libertad”, organizado por los fredemistas con el fin de obtener la solidaridad internacional para con su causa. Estuvieron en el Congreso Enrique Krauze, de México; el cubano Alberto Montaner; Jean Francois Revel, de Francia, y Alan Walters, el asesor de Margaret Thatcher.

² Alvaro Vargas Llosa, *El diablo en campaña*, Madrid, Aguilar, 1991, p. 46.

reproducir elementos culturales y organizativos distintos a los de la cultura occidental, ya que la mayoría provienen de la sierra andina.

A esta realidad cultural distante se le superpuso el enorme racismo presente en la sociedad peruana, que separa y enfrenta a los blancos-criollos y a los indios-cholos y que enlaza o embona con las distancias sociales, ya que los blancos son ricos y los cholos pobres.

Quizá por eso el derroche de recursos del FREDEMO y la imagen criolla de Mario Vargas Llosa fueron congruentes con su ascendencia, pero potenciaron el resquemor y la resistencia de las clases populares.³ Según Carlos Iván Degregori, los candidatos a diputados y senadores también

hicieron derroche de dinero y de blancura. Eran no sólo ricos sino blanquísimos. Exhibían además otro lenguaje, otro estilo de vida, otra cultura, cercana quizás, en su autopercepción al ideal suizo de Vargas Llosa, pero muy distante a la de los microempresarios y los trabajadores independientes informales, que son mayoritariamente de origen andino.⁴

Además de la distancia racial y de clase, Vargas Llosa contaba con otro elemento en contra: la alianza que Libertad –surgido como movimiento independiente– estableció con los partidos más criollos y conservadores del Perú. Otro factor que afectó su candidatura fue la claridad y honestidad con que expuso su programa económico de choque y privatización, dando pie para que Alan García y el mismo Fujimori crearan incertidumbre y desconfianza entre la población.

Para marzo de 1990, el ascenso del ingeniero Alberto Fujimori era latente. Las encuestas lo mostraban con un alto porcentaje a nivel nacional, mientras el FREDEMO intentaba una estrategia de emergencia para dar a su candidato un imagen de ciudadano común y corriente y sobre todo independiente. En el acto de cierre de campaña no se permitió que participara ningún miembro de los partidos políticos aliados y sólo habló Vargas Llosa. Sin embargo, la popularidad del candidato de Cambio 90 ya no podía detenerse.

Y es que, como acertadamente señala Romeo Grompone, "Fujimori resultaría un catalizador de la mayoría de la población de origen andino que quiere acceder

³ Según Romeo Grompone. FREDEMO gastó en su campaña 12'324,688 dólares; el APRA 2'747,942; Acuerdo Socialista 1'498,046; la Izquierda Unida 159,688, y Cambio'90 sólo 197,916 dólares. Esta información se refiere a la primera vuelta electoral.

⁴ Ver el libro *Elecciones 1990. Demonios y redentores en el Perú. Una tragedia en dos vueltas*, Lima, Perú, IEP. Colección Mínima, 1991, p. 87.

a una modernidad tecnológica, multirracial y multiétnica que no tenga al lastre de la sujeción cultural a los criollos."⁵

La imposibilidad de Vargas Llosa de coptar al electorado popular a pesar del derroche de recursos, obliga a romper con la idea de que los medios de comunicación y el mayor acceso que se tenga a ellos son determinantes para influir o manipular la conciencia ciudadana. El equipo fredemista además de invertir recursos en la televisión, recorrió comunidades y pueblos de todo el país con Vargas Llosa al frente y difundió su programa a través de discursos en *quechua* en la radio o por medio de volantes.

Sin embargo, el mensaje no tuvo los receptores suficientes y aunque su hijo Alvaro asegura que para lograr la adhesión indígena hubiera sido necesario recorrer comunidad por comunidad, creemos que tampoco así hubiera triunfado, ya que no es la cantidad sino la calidad de un discurso lo que se necesitaba para penetrar los rincones ocultos de la racionalidad y subjetividad de la conciencia andina.

Durante el proceso electoral, la comunicación oral expresada a través del rumor operó como medio de propaganda más eficaz entre las clases populares, cuyas preferencias difícilmente fueron detectadas, ya que pertenecen a una cultura que además de ser diferenciada, tiene mucho de clandestina debido a las condiciones de explotación y discriminación a que ha estado sujeta.

Las elecciones pusieron en operación y sacaron a flote los estrechos vínculos que los informales andinos tienen entre sí y con sus comunidades de origen, sólo que sobredimensionados, ya que la coyuntura optimizó esos mecanismos de relación social. Creemos que la figura de Fujimori y lo que representaba su organización Cambio 90, provocaron esa irrupción popular que se manifestó a través del voto.

Y aunque en la primera vuelta la derecha alcanzó el más alto porcentaje de votación –seguida de cerca por Fujimori– entre los fredemistas y el propio Vargas Llosa se extendió un enorme desaliento, ya que se les había ido de las manos la posibilidad de implementar sin oposición su programa neoliberal de gobierno. Alvaro Vargas Llosa, al reflexionar sobre este hecho expresa: "¿Es concebible que un país desperdicie su última oportunidad en mucho tiempo de enganchar en la modernidad para optar, ciegamente, como quien hace una travesura, por un salto al vacío?"⁶

⁵ *Idem*, p. 40.

⁶ *El diablo en campaña*, *op. cit.*, p. 48.

La segunda vuelta

El rumor de la renuncia de Mario Vargas Llosa a participar en la segunda vuelta electoral generó sentimientos de inseguridad entre sus seguidores que mostraron abiertamente su cara racista. Miles de manifestantes enardecidos vociferaban contra "el chino" e incluso pedían golpe de Estado. Pero el candidato del FRE-DEMO, asumiendo una postura democrática y conciliadora, moderó los brotes premodernos y oligárquicos de sus seguidores y expresó apesadumbrado pero firme: "Fujimori es tan peruano como yo. El Perú es de los negros, de los blancos, de los chinos, de los cholos y esa diversidad es nuestra grandeza."⁷

En los meses de mayo y junio hubo un realineamiento de fuerzas políticas –el APRA y la izquierda cedieron su electorado a Fujimori– y se agudizaron las contradicciones que se habían manifestado durante la primera vuelta. En la población creció la expectativa de un mundo mejor con Fujimori como presidente.

El rumor operó más que nunca como elemento articulador de preferencias electorales y penetró hasta los rincones de la región andina. La figura del candidato de Cambio 90 condensó expectativas populares que depositaron sus esperanzas y utopía en quien, siendo de origen extranjero, se acercaba mucho más a su condición de marginados y discriminados.

Pero además, el lema milenario de la sociedad andina "*Ama sua, ama lulla, ama quella*" –"No seas ladrón, no seas ocioso, no seas embustero"–, embonó perfecto con el de Fujimori de "Honradez, tecnología y trabajo". A la tradición se le incorporó la modernidad, también deseada por el hombre andino, pero a partir de sus parámetros culturales.

La identificación con "el chino", como el mismo Fujimori se llamaba, fue posible no sólo por su condición étnica distanciada del criollo, sino por las expectativas que despertó en el imaginario popular peruano ante la posibilidad de acceder al desarrollo bajo parámetros distintos a los ofrecidos por la cultura occidental que sólo les ha mostrado la cara represiva y explotadora. La visión que el indio ha tenido siempre del misti o criollo es que es ocioso y no le gusta trabajar.⁸

A los elementos señalados anteriormente, se le aunó la capacidad de Cambio 90 para incorporar en sus filas a representantes del sector informal y en ese

⁷ *Ibid.*, p. 151.

⁸ Existen muchos textos sobre cultura andina, entre ellos se puede consultar: Juan Ansión, *El pensamiento mítico en Ayacucho*, Lima, Perú, Pontificia Universidad Católica; Alberto Flores Galindo, *Buscando un inca: identidad y utopía en Los Andes*, Lima, Perú, IAA, 1987; y Rodrigo Montoya, *La cultura quechua hoy*, Lima, Perú, Mosca Azul, 1987.

sentido dar expresión a los marginados. La mayoría de los candidatos a diputados y senadores surgieron de colonias populares. El mismo aspirante a la vicepresidencia, Máximo San Román, era dirigente de microempresarios y de origen quechua.

Por otro lado, la votación volcada a favor de un sujeto desconocido en los círculos políticos, reveló hasta qué punto el pueblo peruano desconfiaba de los partidos tradicionales –de derecha e izquierda– que fueron incapaces de acercarse a su realidad étnica.

La religiosidad también estuvo presente en el proceso electoral. Algunos candidatos de Cambio 90 pertenecían a iglesias evangélicas, y fueron blanco de la crítica fredemista y de los jefes de la iglesia católica, que se alinaron claramente con Vargas Llosa, no obstante su fama de ateo.

La campaña de desprestigio contra los evangélicos provocó que la población se identificara con ellos, ya que se enfrentaban al poder omnimodo de la jerarquía religiosa y además pertenecían a iglesias marginadas, excluidas y conformadas básicamente por clases bajas. El enfrentamiento religioso tuvo también una connotación etno-clasista: los ricos y blancos católicos, y los pobres y cholos evangélicos.

La dinámica del proceso electoral mostró una cultura política impregnada de tradición y religiosidad, tanto entre las clases altas como en sectores populares. Estas características se refuerzan y afloran en toda su intensidad en momentos de crisis y de búsqueda de perspectivas ante un negro panorama.

Los ricos identificados con la iglesia católica se enfrentaron con los marginados de las iglesias protestantes, en una especie de guerra santa que se expresó en la distribución masiva de panfletos anónimos de distinta procedencia.

El misticismo exacerbado entre los fredemistas llevó incluso a Alvaro Vargas Llosa a afirmar:

El clima que reinaba era casi mágico. Todo valía: lo visible y lo oculto, lo racional y lo irracional, lo común y lo misterioso... El Perú entero estaba envuelto en una guerra del fin del mundo y hubiera sido totalmente traidor de mi parte no ceder a las pretensiones poderosas que incluso el más allá ejercía sobre la batalla a la Presidencia de la República.⁹

El pánico entre los fredemistas por el ascenso de Fujimori llegó tal extremo que, utilizando también el mecanismo tradicional del rumor, que corría de boca en boca, decidieron

⁹ *El diablo en campaña, op. cit.*, p. 180.

... congelar a Fujimori para asegurar su derrota. De este modo fue que en centenares de hogares de la capital, tanto de las clases pudientes, como de la clase media y media baja, se puso en práctica la consigna de introducir un vaso que contuviera una fotografía de Fujimori en la nevera para que, congelada allí durante varias horas y mantenida en ese estado hasta el día de las elecciones, tuviera el efecto mágico de paralizar cualquier avance del candidato rival.¹⁰

Otro elemento que nos remite a la tradición es el racismo. La campaña electoral fue una lucha racial entre criollos y andinos. El candidato, descendiente de japoneses, visto despectivamente por los blancos, fue la tabla de salvación para el populacho indio y mestizo, que se sintió representado por él, ya que pertenecía a una minoría étnica sujeta también al desprecio de los criollos.

Junto a las manifestaciones de tradición que emergieron durante el proceso electoral, encontramos en la cultura política peruana una mayor participación, deseo de autorrepresentación por parte de los sectores populares y búsqueda de alternativas de los distintos grupos sociales para salir de la crisis y acceder al desarrollo.

Dos proyectos

En la coyuntura estudiada encontramos que aparecen entrelazados viejos y nuevos elementos culturales y políticos que se expresan a través de los distintos actores sociales, pero que en última instancia muestran dos proyectos distintos: la modernidad de elite, europeizante y desarraigada, pero articulada a la tradición oligárquica, y la modernidad popular, entroncada con tradiciones culturales claramente diferenciadas, que buscan un camino propio al desarrollo social peruano.

El proyecto neoliberal, aceptado y mistificado hasta la exacerbación por los fredemistas, fue rechazado por gran parte de los sectores populares, que vieron la posibilidad de acceder al progreso mejorando sus condiciones de vida y manteniendo sus propias formas culturales.

Vargas Llosa y seguidores desarrollaron todo un programa de modernización económica para sacar al país de la crisis. Pero el imaginario popular peruano no se articulaba con el proyecto fredemista por razones económicas, sociales y culturales. La anunciada política de *shock*, la privatización de empresas públicas, el desempleo masivo y los "sacrificios necesarios" anunciados para "salvar al país", afectaba directamente a los ya de por sí excluidos de los beneficios sociales.

¹⁰ *Ibid.*, p. 206.

Fujimori, en cambio, supo retomar elementos de un proyecto popular difuso pero existente. Se rodeó de trabajadores informales y de marginados prometiéndoles darles voz en su gobierno y convocó a la unidad nacional para salir de la crisis económica.

En su imagen se entremezcló la tradición y la modernidad. Se convirtió en un mesías, un salvador, un Inkari, pero también en un impulsor del desarrollo y la tecnología.

En entrevistas que Samuel Machacuay y Eliana Chávez hicieron a trabajadores informales para detectar las principales razones por las que votaron por Fujimori y Cambio 90, se manifiesta una clara identificación y la búsqueda de opciones distintas a las tradicionales. Los principales argumentos fueron: votaron por Fujimori porque había luchado y progresado como ellos y porque sus propuestas eran distintas a las del FREDEMO. Con Cambio 90 se sintieron identificados porque era gente de trabajo como ellos y sus dirigentes conocían sus problemas. Otra cualidad que les veían era su independencia política.

Las encuestas mostraron que la popularidad de Fujimori respondió a que él y su organización reunían características claves para erigirse como representantes de las necesidades económicas, políticas y culturales de los sectores populares. Necesidad de autorrepresentación, desconfianza de partidos políticos, afinidad con independientes urgidos de las filas populares, identificación étnica y aspiración a lograr mayor productividad y progreso, fueron elementos que se interrelacionaron y potenciaron el fenómeno Fujimori.

El candidato de Cambio 90 dijo "no al shock, no a la privatización" y aseguró a los votantes que no había ninguna coincidencia entre su plan económico y el de Vargas Llosa. "Son opciones —dijo— que el electorado ha sabido distinguir."

En su discurso reflejó fielmente el ánimo popular y aun sin contar con un programa definido despertó expectativas y supo canalizar las inquietudes de los marginados. En los barrios populares se llamaba a sí mismo "un chinito entre varios millones de cholitos".

Fujimori aseguró que su plan de gobierno estaría orientado a estabilizar la economía y frenar el proceso inflacionario sin grandes costos sociales, así como defender el salario. Para acabar con la violencia aseguró que partiría "...del reconocimiento de situaciones de pobreza extrema y de marginación política, étnica y cultural que sirven de sustento y explican el fenómeno de la violencia armada." Vargas Llosa, en cambio, puso en primer término la solución militar y policial y después el problema social y económico. Lo étnico-cultural en ningún momento apareció en su discurso.

Los dos proyectos que representaban los candidatos a la Presidencia peruana se enfrentaron claramente en el debate televisado del 3 de junio de 1990. Mientras Fujimori se presentó como independiente e identificado "con el Perú

real, el Perú cholo", Vargas Llosa habló de Suiza, de la calidad de sus universidades y se presentó como portavoz de "...los mejores programas, las mejores ideas, los mejores equipos, los mejores contactos internacionales."¹¹

El tema de la modernidad fue abordado por Vargas Llosa al hablar de educación y poner como ejemplo a universidades como Cambridge, La Sorbonne y Princeton, tras cuestionar prejuicios nacionalistas. A la concepción elitista, homogeneizante y europea fredemista, Fujimori le opuso una educación respetuosa de la diversidad cultural y regional. Propuso una

... estructura curricular flexible y simplificada, que pueda diversificarse según la especificidad geográfica, étnica y cultural. Esta política educativa tendrá en cuenta la regionalización –y más aún la municipalización– la cogestión y el manejo de los recursos regionales, la reconstrucción de la región desde abajo, desde los espacios subregionales, desde las organizaciones de base.¹²

El tema del Estado, vital en el programa de modernización neoliberal, también entró al debate. La eficiencia del Estado y la privatización de empresas públicas para fortalecer el sector privado y "aumentar masivamente el número de propietarios en el Perú" fueron los principales conceptos vertidos por Vargas Llosa. Fujimori contrapuso a un país de propietarios un país de productores, ofreció trabajo para todos y dar protagonismo principal a la pequeña y mediana empresa y a las organizaciones populares sin restar "...apoyo a sectores estratégicos de la actividad privada y estatal."¹³

El planteamiento de Vargas Llosa tendía a unificar mediante la libre empresa a una población de distintos orígenes y potencialidades, mientras Fujimori, partiendo de las necesidades populares, ofrecía producción y trabajo para todos, otorgando prioridad a los informales, aunque sin negar la importancia de otros sectores productivos.

Indudablemente que Fujimori incorporó en su discurso a las clases populares y esbozó un proyecto de nación basado en las necesidades de las mayorías y respetuoso de la diversidad cultural. Vargas Llosa, en cambio, reprodujo –aunque modernizado– el discurso de una minoría criolla de corte oligárquico, distanciado completamente de la racionalidad popular.

¹¹ Alberto Fujimori y Mario Vargas Llosa, *el debate*, Intercampus Universidad del Pacífico, Lima, Perú, noviembre de 1990, p. 13.

¹² *Ibid.*, p. 56.

¹³ *Ibid.*, p. 83.

El autogolpe

La política neoliberal implementada por Fujimori al llegar al poder, implicó un vuelco radical en relación a las propuestas presentadas como candidato a la Presidencia. Salvo detalles de menor peso, hizo todo lo que dijo que no iba a hacer. Aplicó el programa de *shock* tan temido por la población, comenzó a privatizar empresas estratégicas y presentó un decreto de privatización de la enseñanza. En otras palabras, sometiéndose a los dictados de sus acreedores, aplicó el programa del FREDEMO.

La diferencia es que de haber ganado Mario Vargas Llosa, hubiera contado con mayor respaldo parlamentario para implementar su "programa integral de reformas" y tendría un gabinete homogéneo y cohesionado. Fujimori, en cambio, al tener minoría en el Congreso y en su gabinete ministros de distinta procedencia ideológica, se vio cada vez más imposibilitado para implementar su programa de gobierno. Cada medida que tomaba —algunas claramente antidemocráticas como el aumento de impuestos a productos de primera necesidad— se le revertía en el Congreso.

Para contrarrestar su debilidad, el presidente concentró cada vez mayor poder personal, utilizando como banderas el desprestigio de los políticos y la corrupción del Poder Judicial y apoyándose en el Ejército, hasta llegar a lo que se conoció como "Fujigolpe" o "autogolpe" peruano.

El apoyo popular que tuvo esta medida, respondió sin duda a la capacidad de Fujimori para canalizar el descontento ante tanta corrupción en el Estado y la incapacidad de los partidos políticos para solucionar la crisis económica y el problema de violencia y gobernabilidad del Perú.

El presidente peruano se ha encargado de mostrar a la opinión pública internacional el decidido respaldo que tiene por parte de la población, pero la historia ha demostrado que en momentos de crisis social extrema, pueblos enteros han apoyado a dictadores que no necesariamente buscan y logran el bienestar popular y que en su afán exacerbado de poder revelan un marcado mesianismo que conduce a un callejón sin salida.

Las tendencias autoritarias y excluyentes de Alberto Fujimori se percibieron desde su campaña electoral. En una entrevista hecha por Mariella Balbi, se autocalificó como "bastante obsesivo" y aseguró que muchos aspectos de su estrategia electoral no los confió a nadie, porque lo rodeaban personas inexpertas que "no entienden el manejo político". Aceptó ser "muy inescrutable" y mostró características mesiánicas al rodearse de "un grupo muy pequeño de asistentes" y realizar su campaña "prácticamente solo."¹⁴ Esta actitud perso-

¹⁴ *La República*, Lima, Perú, 13 de junio de 1990.

nalista y autoritaria indudablemente contribuyó a que tomara la decisión del autogolpe.

En su forma de actuar, el presidente reproduce rasgos autoritarios que permean la cultura política peruana. Estas tendencias se manifiestan tanto en la cultura andina como en la criolla, ya que las dos están cargadas de elementos tradicionales. Vargas Llosa fue visto también como mesías y los fujimoristas reprodujeron un misticismo extremo que los llevó a sentirse poseedores de la verdad y voceros de la libertad mundial.

Fujimori ha sido la máxima expresión del mesianismo y el autoritarismo al erigirse como líder único de la nación y apoyarse en una estructura militarista para salvar a un pueblo que espera redimirse. Igual que Sendero Luminoso, el japonés ha planteado un cambio total o trastocamiento del orden al disolver el Parlamento y dismantelar el Poder Judicial para empezar prácticamente de cero. En ese sentido, ha respondido a la expectativa andina –que está presente en sus mitos– de invertir el mundo y poner orden a una situación alterada desde que llegaron los españoles.

La política autoritaria y excluyente que ha puesto en práctica el presidente, ha recogido la parte más tradicional de la cultura política peruana y ha dejado de lado las necesidades de democracia y representatividad que buscaron los sectores populares cuando votaron por él y por su organización Cambio 90.

Igualmente, el programa neoliberal que ha implementado, niega la posibilidad de un camino propio al desarrollo peruano, en donde el bienestar económico y la tecnología sean realmente accesibles a la población y no sólo a unos cuantos individuos privilegiados.