

¿Campaña, medios o estructura? Comportamiento electoral en la Segunda Vuelta Presidencial peruana

Henry Ayala Abril

Introducción

La historia reciente de Perú se ha desarrollado de forma tumultuosa. En cinco años, la población peruana ha tenido cuatro presidentes, dos congresos diferentes y cuatro procesos electorales a nivel nacional. El último de dichos procesos, disputado en ballottage entre la derecha continuista de Keiko Fujimori y cambio de rumbo propuesto por el maestro de escuela rural Pedro Castillo, concluyó en la victoria apretada de Castillo y en la negativa de aceptar los resultados por parte de su contrincante. A pesar de acusaciones de fraude electoral que conllevaron a movilizaciones por parte de ambas fuerzas políticas y al retraso por más de un mes de la publicación de los resultados oficiales por parte de las instituciones electorales, Castillo fue oficialmente reconocido como ganador el 19 de julio de 2021.

Ante una campaña opaca, con pocos momentos destacados y en medio de la peor crisis económica, política y sanitaria que ha atravesado el país a costa de la pandemia global de la COVID-19, y el estado permanente de conflicto entre el poder ejecutivo y el poder legislativo, el desinterés de la ciudadanía primó en la contienda electoral, otorgándole mayor fuerza a programas radicales en un escenario de fragmentación política y debilidad constante del sistema de partidos políticos. No obstante, la renovación del repertorio estable en la última década ha dado paso a el protagonismo de divisiones profundas en el escenario político peruano, particularmente en el entorno socioeconómico y el regional, capitalizadas por Pedro Castillo y la imagen erigida sobre su liderazgo.

Desde la teoría del comportamiento electoral, esto revela la importancia para esta elección de los factores de largo plazo en detrimento de los factores coyunturales, estos últimos siendo usualmente más resilientes en América Latina debido a la menor fuerza de identidades políticas (Nadeau et al. 2019). En Perú, se ha explicado la elección desde los dos aspectos: algunos en base a diferencias socioeconómicas de la población o clivajes territoriales, y otros análisis se han concentrado en el rol de los medios o de la campaña misma. Lamentablemente, análisis que permitan observar la integración de variables de distinta dimensión para explicar el voto ha sido esquivo para el contexto peruano.

¿Cuáles fueron los factores determinantes para explicar el comportamiento electoral de los peruanos y peruanas durante la segunda elección presidencial peruana en junio de 2021? A partir de los datos de una encuesta original realizada un mes antes de dicha elección a 2513 personas¹, se establecerán la ponderación e impacto de variables de largo y corto plazo, propuestas por la literatura para comprender los resultados de las urnas. Con estos datos, se trabaja la hipótesis que son los factores socioeconómicos y culturales los que explican mejor el voto que los factores coyunturales dentro de la campaña peruana.

De este modo, el artículo consta de cinco partes: una primera parte que establece el marco teórico de la discusión, seguida del planteamiento del contexto político en el que se desarrolla la elección. Una tercera parte para el análisis descriptivo de la base de datos y las variables a utilizar, y una cuarta parte donde se desarrollan modelos estadísticos para evaluar la interacción de estas. La quinta y última parte resume las principales conclusiones del estudio.

¹ Encuesta Ciudadanía del Bicentenario, realizada por Ipsos Perú por encargo del Jurado Nacional de Elecciones, entre el 8 y 15 de mayo de 2021 a una muestra representativa de 2513 personas.

1. Marco Teórico

Uno de los aspectos clave de un sistema político democrático son las elecciones. Estas son utilizadas por las sociedades a resolver conflictos en una manera pacífica y con libertad para elegir entre diferentes opciones (Przeworski 2019). Por ello, la cuestión sobre cómo las personas votan se vuelve fundamental, sobre todo en estados donde la democracia es un juego joven y aún noconsolidado.

Según los estudios del comportamiento electoral de la Escuela de Columbia (Lazarsfeld, Berelson y Gaudet 1944), el voto siempre está adscrito a una realidad particular. Este determinismo social influencia en mayor o menor medida a la persona en la formulación de su decisión, por lo que es mucho más estable de lo que se podría considerar si fuera un acto puramente racional. Las variables individuales para determinar esa influencia pueden ser divididos en dos tipos de factores: factores a largo plazo, es decir, las que se encuentran más arraigadas en la base y socialización de la persona; y las de corto plazo, más cercanas y coyunturales en el comportamiento mismo ya la decisión del voto (Miller y Niemi 2002).

Dentro de los factores a largo plazo se encuentran los intereses establecidos en los clivajes sociales, los cuales son fracturas en las que se divide la sociedad que permanecen en el tiempo, como por ejemplo la diferencia cultural, lingüística o socioeconómica entre territorios de un mismo estado. Aquí se ubica el clásico clivaje de clase, en clave marxista, para explicar el cambio político a través de las clases sociales (Dalton 1996), aunque este se ha debilitado en comparación con el pasado. Otros factores de largo plazo son los valores, como la autoidentificación ideológica que suele provenir desde una tradición familiar establecida, y la identificación política, usualmente adscrita a organizaciones política de larga permanencia.

Estos factores actúan dando sentido a los hechos políticos a través de su propio contexto y como primeros focos de socialización política de la persona. No obstante, la influencia o importancia de estos elementos varían según región y situación política. Por ejemplo, Baker y Dorr (2019) estudian la identidad partidaria en tres países de América Latina, encontrando su significancia para el análisis del comportamiento político, aunque en menor y diferente medida que la teorizada por los modelos americanos. Del mismo modo, Morgan (2015) encuentra una brecha de género en la región al momento de emitir el voto, la cual no se ha mantenido incólume en los años, si no que representa una forma tradicional conservado en algunos países, y otra moderna más progresista hacia la igualdad de género en otros. Estos cambios estructurales deben ser tomados en cuenta, sobre todo en repolitizaciones de diferencias o diversificación de actitudes en torno a otros, como pueden ser los casos de la raza/etnia o la afiliación religiosa en países de América Latina (Nadeau et. al. 2019).

Los factores a corto plazo tienen que ver con la coyuntura en la que se realiza la elección; es decir, los temas que son de interés para las personas en ese momento, los líderes y candidaturas que se postulan, las estrategias de campaña y el *framing* que le brindan los medios de comunicación a la misma. De ellos, uno de los más discutidos en la literatura es la presencia del voto económico, el cual hace alusión a la saliencia del estado de la economía para explicar el voto de castigo al mandatario de turno en situaciones de reelección. Por otro lado, otro tipo de investigaciones han analizado el rol de los medios de comunicación en la campaña, sobretodo

desde cómo la imagen o editorial que versen sobre determinadas candidaturas puede influir en la opinión o voto de la población hacia el final (Gervasoni y Tagina 2019). La emergencia de las redes sociales y la proliferación de propaganda digital en este rubro dificulta su medición, pero en general lo que se obtiene es que estos factores cambian a sector menor de la población, aunque a veces lo necesario para cambiar un resultado electoral. Este efecto proviene del llamado “embudo o cadena causal”, en la cual los factores de largo plazo forman primero las predisposiciones políticas del votante y luego la coyuntura (Campbell et. al. 1964).

Comportamiento electoral peruano

En Perú, usualmente el análisis político centra su atención en la influencia de la campaña y las estrategias de las organizaciones políticas para explicar el voto del electorado peruano (Meléndez 2011, 2016). Esto debido a que el país es uno de los que posee menores niveles de identificación partidaria e interés en la política de toda América Latina (Carrión et. al 2020), por lo que se sugiere que las elecciones peruanas se desarrollan entre el hiperpersonalismo de la candidatura presidencial, la influencia de los medios de comunicación y los temas de interés coyunturales, respondiendo más a factores de corto plazo que del largo alcance. A pesar que en 2021 se celebró la quinta elección presidencial consecutiva desde el retorno a la democracia a inicios de siglo, el elenco partidario aún no ha llegado a consolidarse y diferenciarse el uno del otro para el electorado.

Un ejemplo de este argumento es el análisis de encuestas de opinión pública, en donde en las últimas elecciones -congresales de 2020 y generales de 2021- un porcentaje importante de personas no tenían decidido su voto hasta el último mes de la elección. Una vez fue bajando el porcentaje de indecisos, optaron principalmente por candidaturas fuera del establishment, como fue el caso del electo presidente Pedro Castillo. A pesar de que algunos -principalmente los propios liderazgos políticos- atribuyen este fenómeno a la incapacidad de las empresas encuestadoras por establecer muestras representativas de la población nacional, esta decisión tardía del electorado tiene precedentes en la historia peruana, como el triunfo de Alberto Fujimori en las elecciones de 1990 (Torres 2021). Inclusive, el hecho de que 1 de cada 5 peruanos decidan su voto el mismo día de la elección (Aragón, Encinas y Ramírez 2017) brinda argumentos para sostener esta postura.

Asimismo, el rol de los medios de comunicación en las elecciones ha sido resaltado en más de una elección, sobre todo por la heterogeneidad de la cobertura de las candidaturas, sea por afinidad ideológica, género o región de procedencia (JNE 2021a). Si se agrega que en 2016 un 45% de la población mencionó que los medios de comunicación tenían alguna o mucha influencia en su decisión de voto (Aragón, Encinas y Ramírez 2017), la desigualdad del acceso a medios de las candidaturas presidenciales puede cerrar el campo de juego para candidaturas fuera del establishment. Si bien las redes sociales han sido espacio para aminorar esa diferencia, las brechas digitales a lo largo del país son largas y su uso como estrategia de campaña profesional ha sido incipiente y amateur en la política peruana (Villanueva y Ayala 2020).

A lo largo de los años, el análisis ecológico, enfocado en el estudio de los resultados electorales por circunscripción o localidad, ha privilegiado el análisis del carácter estructural del voto. Esto es debido a que en cada elección se han observado patrones similares en base a diferencias regionales, de nivel socioeconómico, o diferencias entre distritos urbanos y rurales. Esto explicaría por que candidaturas de diferente arraigo social, estrategia de campaña u organización política obtienen votaciones similares entre cada proceso electoral, como ha sido el caso de la comparación del voto distrital de Ollanta Humala 2011 con el voto de Castillo en 2021 (JNE 2021b). Sulmont (2010), por ejemplo, regresa al análisis sociológico para establecer que son los grupos de pertenencia social

los que configuran una serie de orientaciones, creencias y valores sociales. De ese modo, la racionalidad de la elección, usualmente intermediada por beneficios concretos o clientelares (Tanaka 2010, Muñoz 2014), está constreñida por mapas cognitivos que contextualizan el voto.

El debate en las últimas elecciones justamente ha privilegiado los factores estructurales ante la antipatía del votante y la baja intensidad de la campaña durante la pandemia global. La realidad socioeconómica ha ido diferenciándose más tras el boom de los *commodities* en el mercado internacional, y por ende en el crecimiento económico sostenido en las últimas décadas del Perú que permea en la socialización política (Muñoz 2021). Esto ocasiona que haya un sector del país que ha sido beneficiado de esta situación económica, mientras que otro, debido a la inoperancia del estado, o por las consecuencias de la extracción de materias primas, no ha visto cambio alguno en el desarrollo de su bienestar. Esto último Vergara (2007) lo entiende como una división estado-nacional y pos estado-nacional. Parte de este esquema de voto diferenciado ya se ha observado en segundas elecciones presidenciales anteriores (Lazo 2015, Tanaka et. al 2017).

Apelamos a que el hecho de que no existan intereses o identidades partidarias arraigadas en el país no significa que todos los condicionantes del voto sean de baja intensidad, pues puede ocurrir el efecto contrario, en donde son los clivajes sociales sin intermediación los que mantienen su efecto en el votante. Por ello, en atención a este debate, el objetivo de este artículo es enfocarnos en los determinantes de largo plazo, observando su interacción con los factores de corto plazo para explicar la intención de voto en la segunda elección presidencial de 2021.

2. Contexto: situando al votante peruano durante las elecciones generales 2021

Perú, en medio de la conmemoración del Bicentenario de su independencia, ha atravesado una crisis multifacética de mediana y corta duración, donde concurren problemas de distintas dimensiones que desembocan en bajas tasas de confianza institucional y a bajas simpatías por las organizaciones políticas. De este modo, se puede ordenar los principales hechos ocurridos en el último quinquenio en cuatro dimensiones: la relación ejecutivo-legislativo, la reforma política, el incremento de fragmentación de la oferta política, y la pandemia y sus efectos en la sociedad peruana.

Tensiones entre el ejecutivo y legislativo

Una de las más grandes características del quinquenio ha sido la inestabilidad provocada por la tirante relación entre el Poder Ejecutivo y Legislativo. Tras décadas de presidencialismo claro, el congreso ha ido alcanzando mayor protagonismo en la agenda pública (Dargent y Rousseau 2020). Sin importar quien haya liderado a cada uno o a qué programa político responda, esta tensión entre poderes generó la asunción de cuatro presidentes diferentes -dos de ellos renunciando y uno vacado por el Congreso- y una disolución constitucional del Congreso.

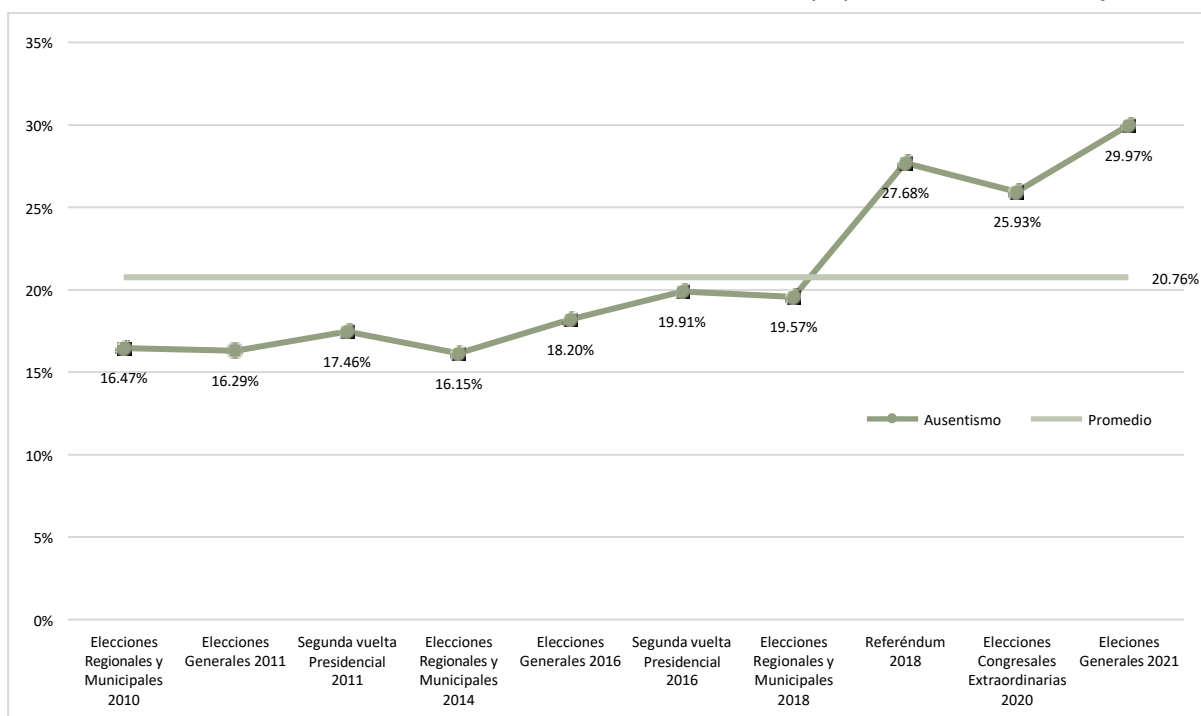
Este conflicto va más allá de una dimensión programática o en qué decisiones se deben tomar para abordar los problemas del país. Por ejemplo, la génesis de esta situación se produce entre el ejecutivo al mando de Pedro Pablo Kuczynski, y la mayoría congresal de Fuerza Popular, comandada por la ex candidata presidencial Keiko Fujimori. A pesar de manejar un plan de

gobierno similar, basado en la permanencia de modelo económico imperante por los últimos veinte años, la mayoría parlamentaria de 73 congresistas fujimoristas (56% del congreso unicameral) impuso un rol obstruccionista a las pocas iniciativas del gobierno de Kuczynski. Tras 20 meses de asedio político y un proceso de vacancia vinculado a denuncias del caso Lava Jato, Kuczynski finalmente renuncia en marzo de 2018, asumiendo su vicepresidente Martín Vizcarra.

Vizcarra, quien luego disolvió el congreso ante la denegación de la cuestión de confianza planteada por la reforma política en setiembre de 2019, fue vacado por el Congreso que surgió de dicha decisión al año siguiente: luego de una campaña atípica y de bajo interés de la ciudadanía, el nuevo congreso electo se caracterizó por su fragmentación, su falta de congresistas experimentados en lides parlamentarias, y la falta de una bancada oficialista formal. Luego del breve y desaprobado mandato del presidente del Congreso Manuel Merino de Acción Popular al mando del Poder Ejecutivo, la movilización social a causa de la muerte de dos jóvenes en las protestas exigiendo su renuncia obligó al Congreso la reestructuración de su Mesa Directiva, y por ende a la asunción del congresista Francisco Sagasti como presidente de la república hasta julio de 2021.

Esta situación, a su vez, ha incrementado el hartazgo y desinterés por las cuestiones políticas en un país con ya débiles simpatías electorales y de alta volatilidad. Esto se puede ver reflejado en el ausentismo en procesos electorales, el cual ha subido en proporción del electorado total desde el Referéndum de 2018, incluso antes de la pandemia.

Gráfico 2 Tasa de ausentismo electoral (2010 - 2021) incluye peruanos en el extranjero



Fuente: ONPE. Elaboración: Línea de Investigación DNEF/JNE

No obstante, las multitudinarias marchas contra el gobierno de Manuel Merino han sido un cambio en la baja participación de la ciudadanía en la esfera pública (Dargent y Rousseau 2020). Tanto por la heterogeneidad del público que convocaron como la descentralización de las protestas que no se veían desde la transición democrática, su aparición podría mostrar una

capacidad de voto de la población ante el accionar de la clase política ante coyunturas claves (Ilizarbe 2021).

La reforma política incompleta

Durante este periodo, una de las arenas del conflicto entre ambos poderes fue la reforma política. De hecho, el tema llevaba varios años en la agenda pública, en donde se han avanzado en reformas parciales pero desconectadas entre sí. Durante el gobierno de Martín Vizcarra, el ejecutivo priorizó dichas reformas con la finalidad de mejorar e incrementar el grado de legitimidad, inclusividad y balance del sistema político peruano. El primer paso fue la celebración del Referéndum Nacional en 2018 que aprobó, entre otros temas, la regulación del financiamiento de las organizaciones políticas y la no reelección parlamentaria; mientras que el segundo fue el establecimiento de una comisión técnica de expertos y expertas para plantear una reforma política integral en 2019. Para ello, se convocó un comité técnico de especialistas que planteó doce proyectos de ley que se enviaron al Congreso para su aprobación, de los cuales seis fueron priorizados por el gobierno para su aprobación e implementación en las Elecciones Generales 2021.

No obstante, el Congreso de la República planteó el debate de cada proyecto de ley por separado, modificando sustantivamente el contenido de algunos de los puntos de la reforma en la discusión por su aprobación. De ese modo, por ejemplo, no se aceptó la paridad y la alternancia de género propuesta por el ejecutivo, aprobando una paridad progresiva; se aprobaron los cambios de requisitos para mantener la inscripción de un partido político, pero con la excepción de solo afectar a los nuevos partidos que se creen, etc.

El nuevo Congreso electo en 2020 continuó con esta reforma y pudo modificar algunas dimensiones de la legislación a tiempo para su implementación en las elecciones de 2021, como fue el caso de la paridad y la alternancia, el impedimento de postulación para quienes cuenten con sentencias penales firmes, la organización de las elecciones internas a cargo de las instituciones electorales, o la creación de una nueva circunscripción legislativa de peruanos residentes en el exterior. Sin embargo, la persistencia de considerar los proyectos de forma individual y no como parte de una reforma integral. Esto provocó algunas modificaciones contradictorias, por ejemplo, que se mantuviera el voto preferencial para 2021 a pesar del mandato de posición de alternancia para las mujeres en elecciones legislativas, o que los escaños de la nueva circunscripción sean tomados de la ya subrepresentada circunscripción de Lima metropolitana.

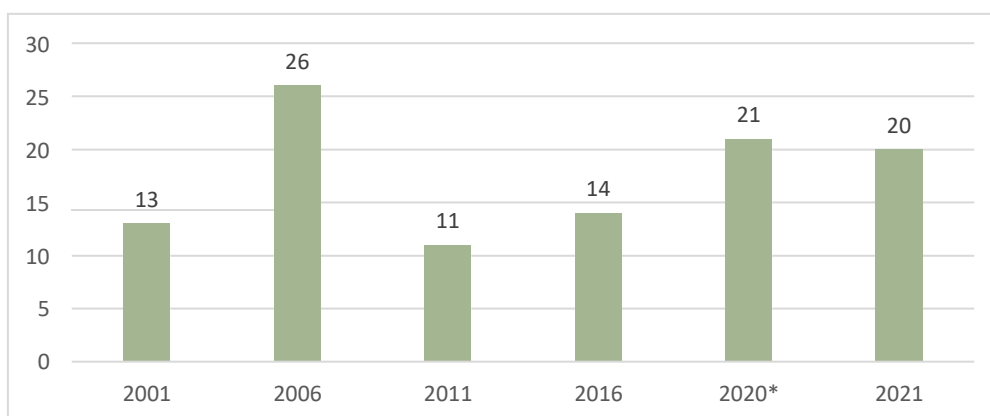
Si bien la ciudadanía mostraba cierto apoyo a las reformas planteadas por el ejecutivo, tanto en las urnas como en la opinión pública (Aragón, Encinas y Ramírez 2017, Tuesta et. al 2019), el proceso se caracterizó por llevarse a cabo desde las élites políticas, sin espacios deliberativos con la población o en la promoción de apoyo genuino a los cambios planteados. Inclusive, si bien 47% de las candidaturas congresales consideraba uno de los temas prioritarios para la gestión era la reforma política, estas no fueron un tema de discusión gravitacional en las elecciones legislativas de 2020 (JNE 2020).

Oferta política fragmentada

En las elecciones generales de 2021 postularon 20 partidos políticos, la segunda elección general con más organizaciones políticas en carrera en la historia peruana y en número similar a la oferta política de las congresales extraordinarias de 2020. Esta proliferación de candidaturas corresponde a un elemento institucional y a otro coyuntural. En primer lugar, gracias a los

cambios en la Ley de Organizaciones Políticas aprobados en 2019, los partidos políticos que no cumplieran con el requisito de obtener más del 5% de votos válidos a nivel congresal y 7 congresistas electas en más de una circunscripción verían su inscripción cancelada, por lo que no podrían postular en otros procesos posteriores (Ayala 2021). Al existir 24 organizaciones con su inscripción en peligro de no postular, y al ser un elemento fundamental la lista presidencial para obtener votos para el Congreso, la mayoría de estas organizaciones solicitaron su participación en los comicios, llegando a inscribirse dieciocho.

Gráfico 1 Partidos políticos en competencia en elecciones generales (2001-2021)



Fuente: INFOgob. Elaboración: Línea de Investigación DNEF/JNE. *Elecciones extraordinarias congresales de 2020.

En segundo lugar, el último quinquenio también ha resaltado por la baja intención de las fuerzas políticas por conformar alianzas o participar en conjunto a procesos electorales a pesar de que en muchos casos las organizaciones políticas comparten planes de gobierno o prioridades en común. El año 2021 ha sido la única elección en donde ninguna lista presidencial postuló por alianza electoral en veinte años. Dichos elementos constituyen parte del shock institucional que pueden representar los cambios electorales ante las organizaciones políticas actuales al ser la elección inmediata a su aprobación, las cuales van modelando su estrategia política en torno a las reglas de juego democrático.

Si bien no son necesariamente organizaciones nuevas, el último quinquenio también ha sido testigo del súbito apoyo electoral que han congregado organizaciones con magros resultados de procesos anteriores, en parte debido al recambio de las fuerzas políticas fruto de los escándalos del caso Lava Jato y sus consecuencias para algunos liderazgos políticos. En las elecciones congresales extraordinarias el Frente Popular Agrícola FIA del Perú (FREPOP), el brazo político de una organización religiosa mesiánica con mayor presencia en la Selva y las zonas rurales del país; y Unión por el Perú, organización de izquierda radical conformada principalmente por reservistas del ejército peruano con mayor presencia en el sur del país, recibieron un incremento considerable de apoyo en las últimas semanas de campaña. Perú Libre fue parte del mismo fenómeno en 2021, obteniendo apoyo electoral en parte de las zonas que en la anterior elección habían apoyado a dichas organizaciones, demostrando que la desafección ciudadana abre paso a la existencia de clivajes socioeconómicos y regionales antes opacada por el crecimiento económico del país (Muñoz 2021), lo cual ha abierto la puerta a un congreso no solo más fragmentado si no también más heterogéneo en los últimos años.

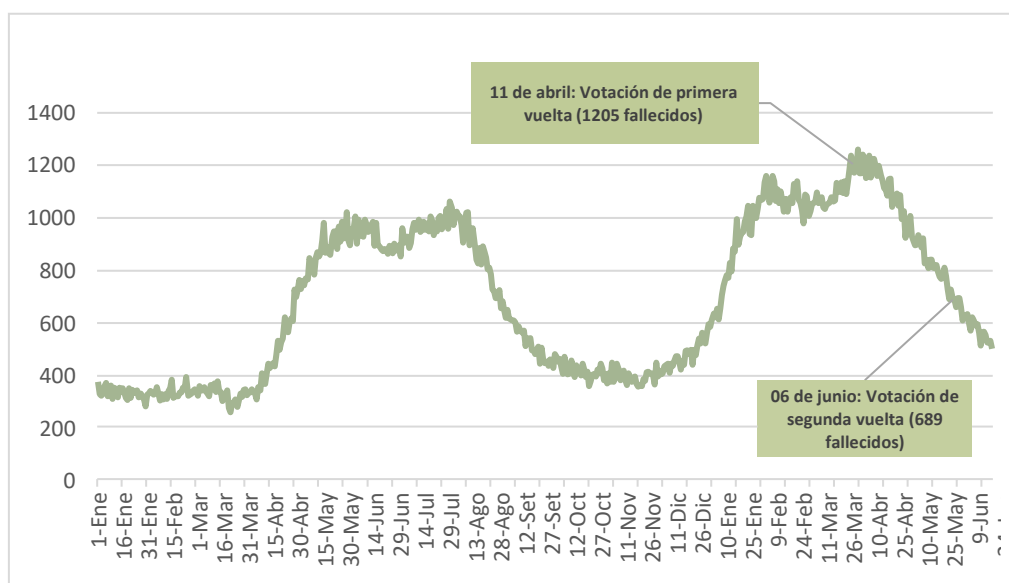
¿Cómo respondió la ciudadanía a dicha oferta? A juzgar por los resultados de 2020 y 2021, ninguna de las tantas organizaciones que logró obtener representación ha logrado capitalizar el apoyo mayoritario de la población. Inclusive, a pesar del mayor número de partidos, el

porcentaje de ausentismo y de votos blancos o viciados ha sido mayor a elecciones anteriores, lo que demuestra una desconfianza palpable con la oferta política y la fragilidad de las fuerzas del sistema político.

La emergencia sanitaria de la COVID-19

La pandemia del Covid-19 agravó la situación general en el país, en tanto conectó una crisis política de mediana duración, como la desatada entre los poderes ejecutivo y legislativo, con otras de naturaleza sanitaria y económica. En lo que respecta a la salud, la debilidad del sistema de salud pública no pudo contener los efectos de la propagación de los casos y, en definitiva, de los fallecidos a causa del Covid. La falta de pruebas de detección de virus, la escasez de camas UCI, la falta de implementos sanitarios mínimos y las precarias condiciones del personal de salud, entre otros motivos, provocó que el Perú se convirtiera, a nivel mundial, en el país con más muertes por cada 100 mil habitantes. En definitiva, el prolongado abandono del Estado frente a la atención de salud pública hizo que en diferentes oleadas el Perú fuera uno de los territorios en el mundo más golpeados por el Covid. Inclusive, como se observa en el gráfico de la tasa de fallecidos, el peor momento de la pandemia se vivió en plena elección presidencial en abril de 2021.

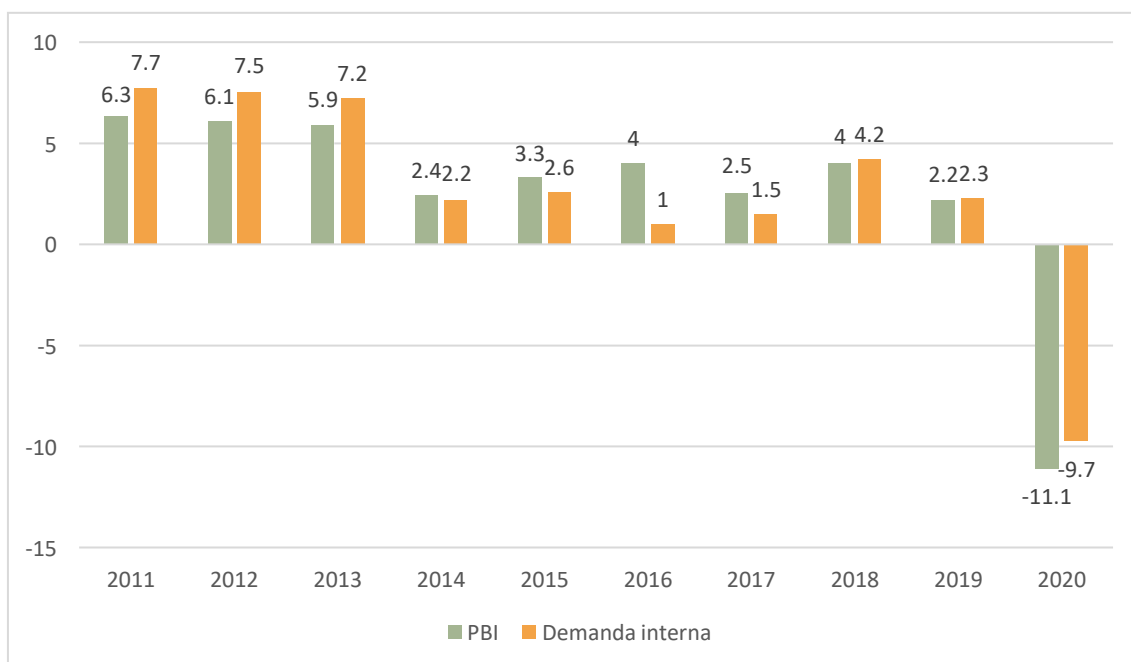
Gráfico 2 Tasa de fallecidos a nivel nacional, 2020-2021



Fuente: SINADEF. Elaboración: Equipo de Investigación DNEF/JNE.

A su vez, debido a la crisis sanitaria y a la declaración del estado de emergencia nacional que paralizó a la población, la economía cayó en recesión y se perdieron miles de trabajos, haciendo que el Perú fuera el país más afectado económicamente en América Latina, solo por delante de Venezuela (CEPAL 2020). Según el Banco Central de la Reserva (2020), Perú sufrió un decrecimiento de su PBI en 11%, cifra récord de los últimos años de bonanza económica.

Gráfico 3 PBI y demanda interna, Perú 2011-2020



Fuente: BCRP

El Ministerio de Economía y Finanzas, apoyado por el Banco Central de Reserva, promovió algunas iniciativas de rescate para apaciguar el impacto de la crisis económica, las que en un primer momento fueron bien recibidas por la población y por la comunidad internacional, pero que rápidamente demostraron ser insuficientes. La informalidad, la debilidad del gobierno, así como la ausencia del Estado en determinadas zonas del territorio, impidió que las políticas diseñadas para aliviar los efectos de la crisis pudieran ser correctamente implementadas. Esta debilidad estructural del Estado se dejó notar en campos medulares como el laboral, dado que muchas personas perdieron su sustento de vida en una economía predominantemente informal, y el educativo, con la suspensión de las clases y el largo camino para la implementación de la virtualidad para la educación básica, además del sanitario. Inclusive, esta situación trajo consigo una ola de migración interna en una dirección nunca antes vista en el territorio peruano: según el BID, de marzo a diciembre de 2020 aproximadamente 248,311 personas retornaron de las ciudades a sus zonas rurales de origen (Fort, Espinoza y Espinoza 2021).

La pandemia fue otro de los campos de batalla entre las fuerzas políticas del Congreso y la presidencia de Vizcarra, principalmente en el debate de iniciativas del parlamento que ponían en riesgo la estabilidad macroeconómica y fiscal del país. En medio de esta tensión se produjo la vacancia presidencial en noviembre de 2020, lo cual dejó al gobierno sin la capacidad de tomar decisiones durante poco más de una semana. Esta situación resume la situación política frente al bicentenario: dos poderes del estado enfrascados en una batalla por el protagonismo de la lucha política dentro de una de las peores crisis económicas y sanitarias de la historia republicana del país, con la población de espectadora y resignada ante la inacción para frenar los estragos del covid-19.

La campaña electoral de 2021

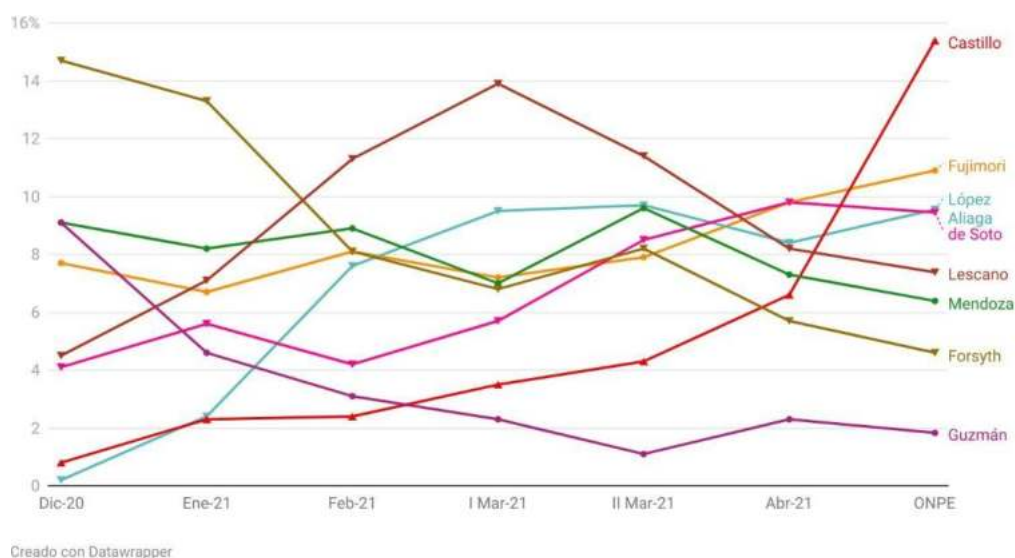
La campaña electoral 2021 demoró en entrar en calor, siempre en interacción con la agenda de medidas dispuestas por el gobierno para frenar el avance de la pandemia en el país. Por ejemplo, el anuncio de la segunda cuarentena implementada por el gobierno de Francisco Sagasti en febrero de 2021 modificó las actividades de las candidaturas, así como su mensaje hacia sus electores: mientras algunas candidaturas llamaban a respetar las medidas del gobierno, otras promovían manifestaciones en contra de la medida (Ayala 2021). En ese sentido, la agenda fue predominantemente reactiva en base a la coyuntura sanitaria, de modo que el tema más tocado por la cobertura mediática de la campaña fuera la salud (JNE 2021a).

Uno de los cambios fue el mayor uso de las herramientas digitales para la campaña electoral. Las medidas gubernamentales provocaron la necesidad de usar redes sociales para generar atención y viralizar la campaña de cada candidatura. En ese sentido, Facebook fue el medio preferido por las organizaciones políticas, teniendo en cuenta que dicha red social es la que cuenta con mayor cantidad de usuarios en el país -94% del total usuarios de redes sociales según Ipsos Perú por sobre Instagram (60%) o Twitter (29%). Uno de los formatos más utilizados fue la "transmisión en vivo" desde la cual se transmitían las entrevistas de las candidaturas, así como las actividades de campaña presenciales a lo largo del territorio nacional, lo cual ha permitido hacer un seguimiento de las actividades de campaña a nivel subnacional. No obstante, este uso de las redes sociales también conllevó a la proliferación de noticias falsas durante los comicios.

Otro cambio fue la polarización de las candidaturas políticas hacia discursos más extremos, con el afán de obtener réditos políticos pues así podían recoger la desazón y la incertidumbre de los últimos tiempos, lo cual explica el bajo rendimiento electoral de candidaturas más ligadas al centro político. Este cambio es palpable, por ejemplo, en las candidaturas congresales, ya que, en comparación a la medición de 2020, hubo un mayor porcentaje de candidaturas que se ubican en los extremos de la escala de identificación ideológica (17% vs 10%) (JNE 2021b). Esta diferencia no se distribuye igual entre ambos extremos, pues se encuentra también que el número de candidaturas auto identificadas de derecha ha subido el doble (8% en 2020, 17% en 2021) y el de izquierda se ha mantenido (16% en ambos años).

A lo largo de toda la campaña no hubo un favorito indiscutible, pues las cortas diferencias entre la intención de voto de las candidaturas en las encuestas mantenían en suspenso quién sería la que despunte de sus contrincantes. En perspectiva, la carrera presidencial benefició a las candidaturas de 2016 como Keiko Fujimori y Verónica Mendoza, quienes mantuvieron una intención de voto reducida pero relativamente estable; mientras que otras candidaturas subían y bajaban con mayor variabilidad. Ciertamente, el incremento de la intención para Pedro Castillo fue el rasgo característico del último tramo la campaña, a pesar de que ninguna candidatura sobrepasó el 20% de intención de voto a lo largo de la misma. Problemas más urgentes como la crisis pandémica y la falta de empleos desviaron la atención de la población, desconectada de los temas políticos.

Gráfico 4 Intención de voto y votos emitidos, 2021



Fuente: Instituto de Estudios Peruanos, ONPE. Elaboración propia

Ya con Pedro Castillo y Keiko Fujimori dentro de la segunda vuelta electoral la campaña dio un giro completo, pues se reactivó el clivaje territorial entre Lima y ciertas regiones del país. Esta campaña se polarizó aún más, entre la promesa de cambios al modelo económico y la realización de una asamblea constituyente por parte de Castillo y la confluencia de izquierda que apoyó su campaña; y la defensa del modelo y la Constitución de 1993 del lado de Fujimori y los líderes de derecha que la acompañan.

Este segundo tramo no se caracterizó por grandes estrategias de campaña, pues ambas candidaturas hicieron poco por convencer al votante medio de su capacidad o de la idoneidad de su programa. Lo resaltante fueron los eventos multitudinarios convocados por la candidatura de Castillo en su gira por el sur del país. La cada vez más estrecha diferencia en la intención de voto entre ambas candidaturas culminó en la victoria de Castillo por solo 44 mil votos de diferencia al finalizar el conteo de votos de la jornada de 6 de junio de 2021. No obstante, Fujimori no reconoció los resultados, aduciendo fraude electoral y pidiendo el recuento de las actas que no está estipulado en la legislación electoral. Tras una serie de manifestaciones de ambos bandos, incluso con ciertos conatos de enfrentamientos, el Jurado Nacional de Elecciones, proclamó a Pedro Castillo como presidente constitucional de Perú un mes después de los comicios de segunda vuelta,

En resumen, la pandemia y la constante lucha entre el poder ejecutivo y legislativo conllevaron a una elección polarizada, en donde el actor principal fue el elector ausente o desinteresado de las elecciones durante la primera vuelta. Esta fue sucedida por una segunda elección mucho más polarizada a nivel territorial e ideológico, cuyos resultados finales no fueron reconocidos por una de las partes, poniendo en peligro los cimientos de la democracia.

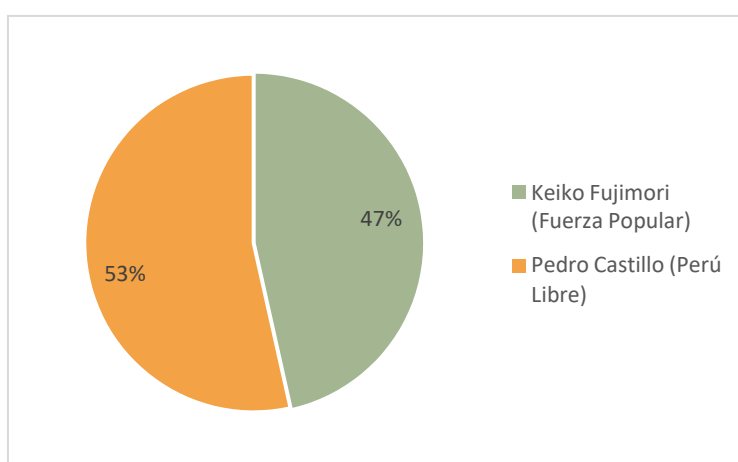
3. Descripción del modelo

Para la elaboración del modelo se utilizará la Encuesta Ciudadanía del Bicentenario, elaborada por el Jurado Nacional de Elecciones en mayo de 2021 a una muestra representativa de 2513

peruanos y peruanas mayores de 18 años con un margen de error de ± 1.68 . En ella se abordan temas sobre el comportamiento electoral, la construcción de la ciudadanía democrática, y la percepción sobre la democracia y las instituciones electorales durante el proceso de las elecciones generales.

El uso de encuestas de opinión permite generar comparaciones entre variables a nivel individual, lo cual no se puede a través de un acercamiento ecológico conforme los resultados subnacionales de las votaciones. En ella, la variable dependiente será la intención de voto durante la Segunda Vuelta Presidencial entre Keiko Fujimori y Pedro Castillo. Es importante aquí hacer una precisión sobre la pregunta, pues es la fotografía del momento a un mes del día de la votación, por lo que es una aproximación a la percepción de este momento mas no al resultado final. Para fines del modelo, solo se han considerado las respuestas que impliquen intención por alguna de las candidaturas, obteniendo un 47% de votos para Fujimori y 53% para Castillo.

Gráfico 5 Si mañana fueran las elecciones de segunda vuelta, ¿por quién votaría usted?



Fuente: ECB 2021. Elaboración propia. Universo: personas que optaron por alguna de las dos candidaturas (N=1965)

Para el modelo, se han seleccionado las variables en base a la teoría del comportamiento electoral: factores de largo plazo y factores de corto plazo. Como se muestra en la siguiente tabla, entre los factores de largo plazo se contemplan factores asociados al contexto como el nivel socioeconómico de la persona encuestada, la macrorregión en la que reside -tipificado entre Lima, zona Sur, Centro, Norte u Oriente del país-, si reside en distrito urbano o rural, y factores étnicos como la autoidentificación indígena o si aprendió a hablar con una lengua originaria.

Luego se contemplan variables ligadas a la socialización del votante a nivel político, como la ideología política; religioso, como la religión que profesa o el nivel de religiosidad que menciona. Cabe resaltar que a partir de estos grupos de variables se han agregado preguntas correspondientes al nivel de influencia de personas o instituciones al momento de decidir su voto que las personas encuestadas manifiestan. Si bien se trata de datos autorreportados, la utilidad para la comparación entre diferentes variables que pueden explicar el comportamiento los hace importantes para el análisis. En estas variables de socialización se considera la variable de las organizaciones políticas, la iglesia, la familia, los amigos o los vecinos de la comunidad para observar la interacción de estos factores con otras variables explicativas.

Dentro de los factores de corto plazo, la encuesta permite analizar tres dimensiones: la influencia de los medios de comunicación, los *issues* que la ciudadanía considera importantes al momento de la elección, y algunos aspectos de la campaña electoral. Entre la influencia de medios se considera las preguntas autorreportadas sobre medios de comunicación, líderes o lideresas de opinión e incluso la influencia de las encuestas de opinión circuladas durante el proceso electoral. Asimismo, se han generado dos variables para contemplar si la persona encuestada no se informa a través de los medios de comunicación, o si no usa redes sociales para informarse de política. En el caso de los *issues* dentro de la campaña, se ha recodificado las respuestas a la pregunta “¿Cuál diría usted que es el problema más importante del país?” para separar los temas más importantes según cada elector: la pandemia, el estado de la economía, la inseguridad ciudadana y la corrupción. En este acápite también se considera el nivel de interés en la política como una aproximación al grado de seguimiento de noticias políticas durante la campaña. Finalmente, la encuesta brinda variable a considerar como parte de la coyuntura de la campaña, tal como la influencia de las visitas de la candidatura a la localidad de la persona encuestadas, o si considera las propuestas o el plan de gobierno como factores importantes para optar por una candidatura presidencial.

La siguiente tabla muestra además el análisis de asociación entre las variables aquí mencionadas con la variable dependiente, en la cual se puede observar que en 19 de las 23 variables categóricas hay significancia en el nivel de asociación con la intención de voto para la segunda vuelta presidencial. Dentro de ellas, las variables que más resaltan en la asociación son la identificación ideológica, la autoidentificación indígena, la macrorregión de residencia y el ámbito de residencia; por lo que existen indicios para alegar la mayor importancia de factores de largo plazo en la explicación del comportamiento electoral. En todo caso, la elaboración de modelos estadísticos permitirá comparar el efecto de los distintos factores sobre el voto, por lo que consideraremos todas las variables dentro del análisis multivariado.

Tabla 1 Descripción de variables

Nivel	Tipo de variable	Variable	Tipo de variable	Descripción	Categorías	Estadístico
	DEPENDIENTE	Voto	Dummy	¿Si mañana fueran las elecciones, por quién votaría?	Keiko Fujimori Pedro Castillo	
Largo Plazo	Socioeconómicos	NSE	Continua	Nivel socioeconómico		0,483***
		Edad	Continua	Edad		0,145
		Sexo	Dummy	Sexo	Hombre, Mujer	0,088***
	Clivajes	Ámbito	Dummy	Si la persona vive en un distrito urbano o rural	Urbano, rural	0,242***
		Macrorregión	Categórica	Si la persona vive en determinada zona del país	Lima, Norte, Centro, Sur, Oriente	0,331***
	Étnicos	Indígena	Dummy	Si la persona se autoidentifica como indígena o no (quechua, aimara, indígena amazónico u otro pueblo originario)	Se autoidentifica indígena, no se autoidentifica indígena	0,245***
		Lengua Originaria	Dummy	Si la persona aprendió a hablar con una lengua originaria (Quechua o Aymara)	Posee lengua materna originaria, no posee lengua materna originaria	0,141***
	Políticos	Ideología	Ordinal	Autoidentificación en la escala del 1 al 10 donde 1 significa izquierda y 10 significa derecha		0,412***
		Influencia_Partidos	Ordinal	Qué tanto considera que los partidos o movimientos regionales tienen influencia en su decisión personal por quién votar	Ninguna influencia, poca influencia, alguna influencia, mucha influencia	0,067*
	Religiosos	Religión	Categórica	Religión de la persona	Católica, Evangélica, Agnóstica o atea	0,040

Corto Plazo		Religiosidad	Ordinal	Qué tan religiosa se considera la persona	Nada religioso, poco religioso, algo religioso, muy religioso	0,060	
		Influencia_Iglesia	Ordinal	Qué tanto considera que la iglesia tiene influencia en su decisión personal por quién votar	Ninguna influencia, poca influencia, alguna influencia, mucha influencia	0,080**	
	Socialización	Influencia_Familia	Ordinal	Qué tanto considera que la familia tienen influencia en su decisión personal por quién votar	Ninguna influencia, poca influencia, alguna influencia, mucha influencia	0,073*	
		Influencia_Amigos	Ordinal	Qué tanto considera que los amigos tienen influencia en su decisión personal por quién votar	Ninguna influencia, poca influencia, alguna influencia, mucha influencia	0,077**	
		Influencia_Vecinos	Ordinal	Qué tanto considera que los vecinos o la comunidad tienen influencia en su decisión personal por quién votar	Ninguna influencia, poca influencia, alguna influencia, mucha influencia	0,044	
	Medios	NoUsaRS	Dummy	Si la persona no usa ningún tipo de redes sociales	No usa, sí usa	0,049*	
		NoUsaMC	Dummy	Si la persona no se informa de las noticias de política por ningún medio de comunicación	No usa, sí usa	0,056*	
		Influencia_Medios	Ordinal	Qué tanto considera que los medios de comunicación tienen influencia en su decisión personal por quién votar	Ninguna influencia, poca influencia, alguna influencia, mucha influencia	0,132***	
		Influencia_LiderOpinion	Ordinal	Qué tanto considera que los líderes de opinión tienen influencia en su decisión personal por quién votar	Ninguna influencia, poca influencia, alguna influencia, mucha influencia	0,097***	
		Influencia_Encuestas	Ordinal	Qué tanto considera que las encuestas tienen influencia en su decisión personal por quién votar	Ninguna influencia, poca influencia, alguna influencia, mucha influencia	0,103***	
		Issues	COVID	Dummy	Si la persona considera que el COVID-19 es el principal problema del país actualmente	Es el principal problema, no es el principal problema	0,093***
			Economía	Dummy	Si la persona considera que la economía es el principal problema del país actualmente	Es el principal problema, no es el principal problema	0,095***
			Inseguridad	Dummy	Si la persona considera que la inseguridad es el principal problema del país actualmente	Es el principal problema, no es el principal problema	0,037
			Corrupción	Dummy	Si la persona considera que la corrupción es el principal problema del país actualmente	Es el principal problema, no es el principal problema	0,095***
Interés en política			Ordinal	Qué tanto interés tiene en la política	Nada de interés, poco interés, algo de interés, mucho interés	0,029	
Campaña	Plan de gobierno	Dummy	Si nombra las propuestas o planes de gobierno de las candidaturas como una de las razones para decidir su voto	Sí es importante, no es importante	0,132***		
	Influencia_Visitas Candidatura	Ordinal	Qué tanto considera que las visitas de la candidatura a su comunidad tienen influencia en su decisión personal por quién votar	Ninguna influencia, poca influencia, alguna influencia, mucha influencia	0,062		

Fuente: ECB 2021. Elaboración propia. * $P < 0,10$ ** $p < 0,05$ *** $p < 0,000$. Para las variables continuas se utilizó el estadístico D de Cohen y para las variables nominales el estadístico V de Cramer.

4. Análisis multivariado del comportamiento electoral

Para el análisis de la interacción de las variables se elaboraron 3 modelos de regresión logística multinomial, en los que la variable dependiente es la intención de voto para la Segunda Elección Presidencial. Esta estrategia ayuda a observar los cambios de la importancia de las variables para predecir la variación de la intención de voto al incluir más dimensiones del comportamiento

electoral. Los primeros dos modelos remiten a analizar los factores de largo plazo: el primero modelo contempla factores de largo plazo ligados a variables tradicionales de contexto como factores socioeconómicos, clivajes territoriales, identidad étnica y factores políticos como la autoidentificación ideológica y la influencia de los partidos políticos a la hora de decidir el voto. Luego, se elaboró un segundo modelo en el que se incluyeron variables de socialización, usualmente no agregadas en estudios anteriores, como lo son la religión y el nivel de religiosidad; y niveles de influencia de amistades, familia o la comunidad. Finalmente, se establece un tercer modelo, donde se consideran factores de corto plazo para explicar la intención de voto: la influencia de los medios de comunicación, *issues* importantes para el votante, e influencia de algunos aspectos de la campaña. Como se puede ver en la siguiente tabla, todos los modelos poseen una mayor significativa mayor que 0,05, además de un ajuste importante del pseudo R2, lo cual significa que predicen entre el 8% al 44% de la varianza de la variable dependiente.

Tabla 2 Resumen de estadísticos de regresiones logísticas multinomiales

Estimador	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3
AIC	1889	1725	1655
Pseudo R2	0.392	0.403	0.439

Elaboración propia

Los resultados de los modelos se pueden observar en la siguiente tabla. El modelo 1 que analiza la interacción entre factores de largo plazo encontró que el nivel socioeconómico, el género, la macrorregión de residencia, la autoidentificación indígena y la identificación ideológica son variables significativas para explicar la intención de voto por Keiko Fujimori por sobre la de Pedro Castillo.

Variables	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3
Constante	1.498 (0.882)	1.000 (1.009)	0.217 (0.956)
NSE	-0.920** (0.037)	0.951 (0.040)	0.941 (0.042)
EDAD	0.998 (0.004)	1.000 (0.005)	0.999 (0.005)
GENERO_Masculino	-0.614*** (0.117)	0.630*** (0.128)	0.630*** (0.134)
AMBITO_Urbano	1.595** (0.212)	1.611** (0.225)	1.666** (0.239)
REGION_Lima	2.143*** (0.198)	2.180*** (0.211)	2.389*** (0.233)
REGION_Norte	-1.164 (0.206)	1.229 (0.220)	1.257 (0.231)
REGION_Centro	-1.049 (0.253)	1.174 (0.270)	1.207 (0.284)
REGION_Sur	-0.486*** (0.230)	0.473*** (0.243)	0.509*** (0.258)
INDIGENA_No indígena	1.910*** (0.135)	2.044*** (0.144)	2.026*** (0.151)
LenguaOriginaria_ SinLenguaOriginaria	1.922 (0.751)	1.962 (0.761)	1.199 (0.785)
IDEO_Izquierda (1)	-0.046*** (0.279)	0.042*** (0.299)	0.037*** (0.316)
IDEO_(2)	-0.109*** (0.368)	0.107*** (0.387)	0.115*** (0.409)
IDEO_(3)	-0.072*** (0.336)	0.055*** (0.370)	0.050*** (0.384)
IDEO_(4)	-0.096*** (0.271)	0.098*** (0.289)	0.088*** (0.303)
IDEO_(5)	-0.174*** (0.185)	0.158*** (0.198)	0.143*** (0.212)
IDEO_(6)	-0.253*** (0.217)	0.242*** (0.235)	0.195*** (0.252)
IDEO_(7)	-0.733 (0.255)	0.753 (0.272)	0.740 (0.288)
IDEO_(8)	-1.092 (0.276)	1.008 (0.288)	0.731 (0.300)
IDEO_(9)	-0.590 (0.337)	0.625 (0.378)	0.600 (0.392)

Variables	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3
Partidos_Ninguna influencia	0.899 (0.244)	0.946 (0.283)	0.901 (0.325)
Partidos_Poca influencia	1.105 (0.251)	0.898 (0.283)	0.730 (0.316)
Partidos_Alguna influencia	-1.020 (0.277)	0.838 (0.308)	0.569* (0.341)
Religiosidad_Nada religioso		-0.687 (0.352)	0.794 (0.368)
Religiosidad_Poco religioso		0.904 (0.182)	1.019 (0.189)
Religiosidad_Algo religioso		0.983 (0.169)	1.026 (0.178)
Religion_Católico		-0.983 (0.325)	1.100 (0.340)
Religion_Evangélico		-0.730 (0.349)	0.800 (0.365)
Iglesia_Ninguna influencia		-1.211 (0.246)	1.204 (0.263)
Iglesia_Poca influencia		1.220 (0.255)	1.181 (0.271)
Iglesia_Alguna influencia		1.584 (0.300)	1.364 (0.319)
Familia_Ninguna influencia		-0.777 (0.229)	0.795 (0.242)
Familia_Poca influencia		-0.940 (0.200)	0.987 (0.212)
Familia_Alguna influencia		1.341 (0.213)	1.366 (0.226)
Amigos_Ninguna influencia		-0.958 (0.332)	0.840 (0.360)
Amigos_Poca influencia		-1.044 (0.293)	0.899 (0.318)
Amigos_Alguna influencia		-0.690 (0.301)	0.592 (0.326)
Vecinos_Ninguna influencia		-1.183 (0.339)	0.927 (0.366)
Vecinos_Poca influencia		-1.297 (0.314)	1.062 (0.336)
Vecinos_Alguna influencia		-1.459 (0.337)	1.089 (0.361)
Uso De Redes_No usa			-1.141 (0.139)
Uso de Medios_No usa			7.865** (0.935)
Medios de comunicación_Ninguna influencia			-0.667* (0.239)
Medios de comunicación_Poca influencia			-0.962 (0.208)
Medios de comunicación_Alguna influencia			1.403 (0.225)
Líder de opinión_Ninguna influencia			1.827** (0.277)
Líder de opinión_Poca influencia			1.078 (0.257)
Líder de opinión_Alguna influencia			1.499 (0.260)
Encuesta_Ninguna influencia			1.268 (0.298)
Encuesta_Poca influencia			1.481 (0.277)
Encuesta_Alguna influencia			1.865** (0.291)
Corrupcion_No es importante			0.395* (0.498)
Covid_No es importante			1.043 (0.181)
Inseguridad_No es importante			-0.794 (0.230)
Economia_No es importante			0.550 (0.474)
INTPOL_Nada de interés			1.782** (0.230)
INTPOL_Poco interés			1.449* (0.207)
INTPOL_Algo de interés			1.393 (0.205)
Plan de Gobierno_No es importante			-0.690** (0.163)
Visitas del candidato_Ninguna influencia			1.316 (0.330)
Visitas del candidato_Poca influencia			1.523 (0.323)
Visitas del candidato_Alguna influencia			1.923* (0.355)

*p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

Dentro de ellos, destaca la identificación ideológica como predictor, ya que la posibilidad de que alguien de extrema izquierda -ubicado en la posición 1 de la escala ideológica- vote por Keiko Fujimori respecto de Pedro Castillo es 0.05 mayor que alguien de extrema derecha; lo que significa que alguien de extrema derecha tiene 22 veces más probabilidad de votar por Fujimori que alguien de extrema izquierda. Este resultado guarda sentido con el grado de polarización política ocurrida principalmente durante la campaña de segunda vuelta.

Otro hallazgo interesante es la importancia de las macrorregiones, las cuales responden a dos en particular: Lima y la macrorregión que conforma el sur del país. Según el modelo 1, la probabilidad de que una persona que viva en Lima metropolitana vote por Fujimori es 2.2 veces mayor que alguien de la zona Oriente, por ejemplo; mientras que una persona del sur del país es solo 0.49 mayor que la misma región de referencia. Del mismo modo, si una persona vive en un distrito urbano tiene 1.6 mayores probabilidades de votar por Fujimori.

Un punto que hasta ahora no se había recogido en el análisis de las elecciones 2021 es el componente indígena en la intención de voto. A través del modelo, se puede aseverar que la autoidentificación indígena ayuda a explicar la votación en segunda vuelta: la posibilidad de que una persona indígena vote por Fujimori es solo 0.52 mayor a la de un no indígena, valor que se invierte con la probabilidad de que una persona no indígena vote por Fujimori en 1.9. Siendo este uno de los factores que aportan más al modelo, es importante tomar en valor el clivaje étnico para analizar el comportamiento electoral en Perú.

En el modelo 2 se agregaron factores religiosos y de socialización al modelo anterior, aunque no se encontraron muchas diferencias significativas entre ambos. Esto lleva a sostener que la religión no ha sido determinante para la segunda vuelta presidencial. Si bien hay un incremento de fuerzas políticas y discursos ligados a la religión, esto no representa directamente la saliencia del tema a nivel electoral. Del mismo modo, no se encuentran diferencias importantes entre los niveles de influencia de la familia, la comunidad o de los amigos como método para decidir el voto.

Sin embargo, cuando se agregan estas variables, el nivel socioeconómico deja de influir en el comportamiento electoral. Esto puede significar que la explicación económica pierde fuerza en cuanto se toman en cuenta factores religiosos o de socialización, a pesar que ninguno de ellos sea significativo.

¿Cómo interactúan las variables de largo plazo con las variables de corto plazo? El modelo 3 responde a la interrogante influyendo a los dos tipos en una misma regresión, obteniendo resultados importantes. En primer lugar, la importancia de la identificación ideológica se incrementa, por lo que ahora la posibilidad de que una persona de extrema derecha vote por Fujimori es 27 veces mayor que de ser una persona de extrema derecha. Esto quiere decir que al tomar en cuenta los factores de corto plazo, la importancia que genera la escala ideológica sube.

En segundo lugar, de las variables de corto plazo, ni los temas de interés, ni la influencia de medios de comunicación o encuestas de opinión han sido significativas para explicar el voto entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori. Esto contradice la evidencia de la proliferación de discursos a favor de una candidatura en particular durante la segunda vuelta en los medios de comunicación, como se evidenció anteriormente.

La explicación puede encontrarse entre las variables incluidas que sí son significativas. Quizás una de las variables de mayor sorpresa es la significancia de si la persona usa o no medios de

comunicación tradicionales para informarse. La probabilidad de alguien que sí usa este tipo de medios vote por Fujimori es 7.9 veces mayor que quienes no usan este tipo de medios. Si bien en el análisis bivariado esta variable no fue significativa, su inclusión en el modelo hace que sea uno de los factores más importantes para explicar el voto. Variables significativas también se encuentran entre la influencia de las encuestas de opinión o las visitas de la candidatura a la localidad, pero no son concluyentes sobre el efecto de la variable

Otra variable significativa agregada son el nivel de influencia de los *influencers* o líderes de opinión, en donde quienes reportan no recibir ninguna influencia de ellos son más propicios a votar por Fujimori que los que reportan mucha influencia. El significado dual de ser líder de opinión puede afectar el análisis de esta variable, pues si bien los votantes de Fujimori usan más los medios de comunicación tradicionales, estos *influencers* pueden desenvolverse en otras esferas como redes sociales o a través de organizaciones sociales de interacción mayormente presencial, este último relacionado con el voto de Castillo. Finalmente, el bajo interés en la política y darle importancia de las propuestas para decidir el voto también son factores importantes de corto plazo, puesto que ambos están relacionados con mayores probabilidades de votar por Fujimori.

Sin duda el modelo 3 es el que permite explicar una mayor proporción pues su pseudo R² es de 43.7%, por lo que es mejor establecer un modelo de comportamiento electoral para las elecciones de 2021 que albergue factores de largo y corto plazo. No obstante, los modelos 1 y 2 prueban que el centro del modelo 3 se encuentra entre las variables de largo plazo. Inclusive, si se opta por generar un modelo 4 con solamente las variables de corto plazo, este no obtiene los parámetros mínimos para poder ser utilizado para explicar nuestra variable dependiente². Por ello, se evidencia la importancia de factores socioeconómicos o territoriales dentro del voto, los cuales son magnificados o aunados dependiendo de la influencia de factores relacionados a la campaña y a la influencia de medios de comunicación.

5. Conclusiones

El artículo ha demostrado la validez de la teoría del comportamiento electoral para analizar la intención de voto en la segunda vuelta presidencial. Se observa, en general, una elección marcada ciertamente por los factores de largo plazo. La identificación ideológica, el nivel socioeconómico, pero sobre todo la autoidentificación indígena y el clivaje territorial han sido las variables que aportan mayor explicación de la varianza de la intención de voto en segunda vuelta. Este resultado confirma los estudios realizados a nivel ecológico que observan diferencias en el voto a nivel territorio y dependiendo de la situación económica de las localidades (Sulmont 2010, Lazo 2015).

En este punto, se agrega una variable importante para próximas investigaciones como es la cuestión indígena y su importancia para las estrategias de campaña identitarias en Perú. Teniendo en cuenta la construcción de la imagen de Pedro Castillo como un hombre rural y con nexos con las poblaciones indígenas, suena lógico que esta identificación se haya canalizado en el voto, sobre todo cuando la candidata Fujimori buscó mayormente el voto de las regiones de la costa peruana.

² AIC = 2089, Desviación = 0,000, Pseudo R² = 0,063

No obstante, una vez se incluyen factores de corto plazo, se encuentra que el uso o no uso de medios de comunicación para informarse o el interés en la política son factores con un coeficiente mayor a la de variables de largo plazo. Esto quiere decir que el carácter de la elección o los hábitos de acceso a la información sí aportan a la explicación del comportamiento electoral, por lo que es fundamental observar la interacción de ambos para obtener una imagen más nítida de las decisiones del electorado.

El modelo también permite argumentar con evidencia que la religión no ha sido significativa en la decisión del electorado durante la segunda vuelta, así como la influencia de los medios de comunicación o las encuestas. Esto no implica que haya habido discursos religiosos durante la campaña, o que la cobertura mediática haya sido desigual: lo que quiere decir esto es que, a pesar de su presencia coyuntural, no se puede afirmar que estos aspectos han sido determinantes a la hora de optar por una u otra candidatura durante 2021.

Este artículo también abre nuevas preguntas de investigación en torno a la interacción de factores que condicionan al votante y aspectos coyunturales de la campaña. Es importante, por ejemplo, considerar las variables analizadas para explicar otros procesos electorales como las decisiones de voto en años anteriores. De ese modo, se podrá saber con mayor precisión si lo observado en 2021 es diferente al 2016, probando la saliencia de clivajes identitarios o territoriales dentro de esta elección.

Otro punto es la interacción entre los factores de corto plazo y el debilitamiento del nivel socioeconómico para explicar el voto por Fujimori, por ejemplo, o la súbita importancia de la autoidentificación ideológica en estas elecciones. La polarización política de los últimos años ha conllevado a que una mayor parte de la ciudadanía pueda ubicarse en la escala ideológica, lo cual se refleja en la importancia de esta variable para determinar el comportamiento. Una aproximación cualitativa a lo que significa ser de izquierda o derecha en la población peruana sería ideal para generar mejores conclusiones del súbito protagonismo de este aspecto en las elecciones.

Finalmente, a pesar de la dificultad que implica explicar el voto en un contexto con una oferta política fragmentada y muy similar entre sí, es importante determinar si las mismas variables ayudan a predecir el voto en primer vuelta y segunda vuelta. Puede ser que los factores de largo plazo se activen solo durante el *ballotage*, mientras que en la primera vuelta primen las estrategias de campaña o la saliencia de los *issues* de las candidaturas. En ese sentido, delimitar la validez externa del modelo planteado permitirá afinar su análisis y contar con mejores herramientas para explicar las decisiones de comportamiento electoral en años tan tumultuosos como los que ha pasado Perú en el último quinquenio.

6. Bibliografía

Aragón, Jorge, Daniel Encinas, & Tania Ramírez (2017) *Electorado y electores en el Perú. Un análisis del perfil electoral 2016*. Lima: Fondo Editorial del JNE.

Ayala, Henry (2021) "Perú 2021: claves para diseccionar las elecciones del Bicentenario". *Elecciones* (enero-julio), 20 (21): 297-326. DOI: 10.1016/j.electstud.2020.102246

Baker, Andy & Dalton Dorr (2019) Mass Partisanship in Three Latin American Democracies. En: Noam, Lupu, Virginia Oliveros y Luis Schiumerini, *Campaign a Voters in Developing Democracies. Argentina in Comparative Perspective*. USA: University of Michigan Press. Pp. 89-113.

Banco Central de Reserva del Perú (2021). *Memoria 2020*. Lima: BCRP

Campbell, Angus y otros (1964). *The American Voter*. Michigan University

Carrión, Julio; Zárate Patricia; Boidi, Fernanda y Elizabeth J. Zechmeister (2020). *Cultura política de la democracia en Perú y en las Américas, 2018/2019. Tomándole el pulso a la democracia*. Lima: IEP.

CEPAL (2021). *Balance preliminar de las economías de América Latina y el Caribe 2020*. Santiago: Naciones Unidas

Dalton, R. J. (1996). Political Cleavages, Issues, and Electoral Change. *Comparing Democracies*, 2, 189-209.

Dargent, Eduardo y Stephanie Rousseau (2021). Perú 2020 : ¿El quiebre de la continuidad? *Revista de Ciencia Política*. Vol. 41. Núm.2.

Fort, R., Espinoza, M. & Espinoza, A. (2022). *COVID-19 y las migraciones de la ciudad al campo en el Perú: identificación de amenazas y oportunidades para el uso sostenible del capital natural*. Lima : BID

Ilizarbe, Carmen (2021). Poder de veto popular. Revuelta social y elecciones en el Perú. En: Bringel, Breno; Martínez, Alexandra y Muggenthaler, Ferdinand (comp.). *Desbordes, estallidos, sujetos y porvenires en América Latina*. Quito: Fundación Rosa Luxemburgo.

Jurado Nacional de Elecciones. (2020) *Reporte Electoral N°6. Encuesta a candidaturas congresales. Resultados preliminares*. Lima: Jurado Nacional de Elecciones.

Jurado Nacional de Elecciones. (2021a) *Monitoreo de medios de comunicación en la campaña electoral 2021*. Lima: Jurado Nacional de Elecciones.

Jurado Nacional de Elecciones (2021b) *Perfil Electoral N° 11. Análisis de los resultados de la Primera Vuelta*. Lima: Jurado Nacional de Elecciones.

Gervasoni Carlos y María Laura Tagina. (2019). Explaining Support for the Incumbent in 6 Presidential Elections. En Noam, Lupu, Virginia Oliveros y Luis Schiumerini, *Campaign a Voters in Developing Democracies. Argentina in Comparative Perspective*. USA: University of Michigan Press. Pp. 114-135.

Lazarfeld, Paul F, Bernard Berelson, Gaudet, Hazel (1944). *The People's Choice. How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York: Columbia University Press.

Lazo, Sebastián (2015). Comportamiento electoral en el Perú: un análisis del rol de las variables sociodemográficas y socioeconómicas en las elecciones presidenciales en primera vuelta de 2006 y 2011. *Revista de Ciencia Política y Gobierno*. Vol 2. Núm. 3. Pp. 51-80.

Meléndez, Carlos (2011). *Anti-candidatos. Guía analítica para unas elecciones sin partidos*. Lima: Mitin Editores.

Meléndez, Carlos (2016). *Anti-candidatos 2016. El thriller político de las elecciones 2016*. Lima: Planeta.

Miller, William & Richard Niemi (2002) Voting: Choice, Conditioning, and Constraint. En Leduc, Lawrence, Richard Niemi & Pippa Norris (Eds.) *Comparing democracies 2. New Challenges in the Study of Elections and Voting*.

Morgan, Jana (2015) Gender and the Latin American Voter. En Ryan Carlin, Matthew Singer & Elizabeth Zechmeister (Eds.), *The Latin American Voter, Pursuing Representation and Accountability in Challenging Contexts*. Ann Arbor: University of Michigan Press. Pp. 143-167.

Muñoz, P. (2014). An informational theory of campaign clientelism: The case of Peru. *Comparative Politics*, 47(1), 79–98. <https://doi.org/10.5129/001041514813623155>

Muñoz, P. (2021). Latin America Erupts: Peru Goes Populist. *Journal of Democracy*, 32(3), 48-62.

Nadeau, Richard, Éric Belanger, Michael Lewis Beck, Mathieu Turgeon, François Gélinau y María Celeste Ratto (2019). *Elecciones Latinoamericanas. Selección y cambio de voto*. Bruselas: Peter Lang

Przeworski, Adam (2019). ¿Por qué tomarse la molestia de hacer elecciones? *Pequeño manual para entender el funcionamiento de la democracia*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.

Sulmont, David (2010). Líneas de frontera y comportamiento electoral en el Perú. *Diferencias sociales y tendencias del voto en las elecciones presidenciales peruanas: 1980-2006*. Lima: Escuela de Gobierno y Políticas Públicas de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Tanaka, Martín (2010). “El perfil del elector peruano”, en Tanaka, Martín, Carlos Meléndez y Paula Muñoz Chirinos, *Perfil del elector peruano 2010*. Lima: Jurado Nacional de Elecciones, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

Torres, Alfredo (2020). *Elecciones y decepciones. Historia de una democracia en construcción*. Lima: Planeta.

Tuesta Soldevilla, Fernando, Paula Muñoz, Milagros Campos, Jessica Bensa, & Martín Tanaka (2019). *Hacia la Democracia del Bicentenario. Comisión de Alto Nivel para la Reforma Política*. Lima: Comisión de Alto Nivel para la Reforma Política (CANRP), Konrad Adenauer Stiftung, 469 págs.

Vergara, Alberto (2007). *Ni amnésicos ni irracionales. Las elecciones peruanas de 2006 en perspectiva comparada*. Lima: Solar Central de Proyectos,

Villanueva, Eduardo, y Henry Ayala (2020). “El discurso de la izquierda en tiempos de Facebook: oportunidades discursivas desde la candidatura presidencial de Verónica Mendoza”. *Comunicación política y elecciones en el Perú. Avanzando en certezas*, editado por Sandro Macassí, 105-130. Lima: Fondo Editorial de la PUCP.