

65

“Innovación Política: Aprendiendo de una Campaña Electoral y emprendiendo otra” (*)

(Bogotá-Colombia; 23 de noviembre de 2017)

“Innovación Política: Aprendiendo de una Campaña Electoral y emprendiendo otra” (*)

(Bogotá-Colombia; 23 de noviembre de 2017)

1. Introducción

El mundo está cambiando vertiginosamente. En un contexto global en el que todo cambia, los partidos políticos tienen que cambiar, la manera de hacer política también tiene que cambiar, pero parece que quienes hacemos política no nos damos cuenta de la complejidad del problema y nos resistimos al cambio.

No es casualidad lo que pasa en diversos países del mundo. La victoria de Trump en los EE.UU.; la victoria de Macron en Francia; el BREXIT en Inglaterra; los resultados de las últimas elecciones en Alemania; la victoria de Kuczynski en el Perú; los problemas de gobernabilidad en España. Estos son sólo algunos de los ejemplos de cambios importantes que están ocurriendo y donde el común denominador es la derrota de los partidos tradicionales y el surgimiento de nuevos y disruptivos movimientos políticos.

Pretendemos hacer más de lo mismo con lo cual sólo acrecentamos el problema, nos alejamos más de la gente y generamos mayor desconfianza. Quienes creemos en la democracia, en la libertad y en la búsqueda de la justicia social nos resistimos a pensar que los partidos y líderes políticos no son capaces de responder a los desafíos de estos tiempos, con su ideología y doctrina, pero con un discurso, una metodología de trabajo político y sobre todo una actitud que sintonice con las necesidades y preocupaciones de los ciudadanos, que sea capaz de adaptarse, de reinventarse en el nuevo escenario mundial y nacional.

Milité durante 36 años en el Partido Aprista Peruano (PAP), agrupación política de casi un siglo de trayectoria, fundada y liderada por Víctor Raúl Haya de la Torre que trascendió a su tiempo y que tuvo una vida dedicada a la causa de la justicia social. En todos esos años trabajé muy de cerca en la elaboración y conducción de los planes de gobierno, participando como tal en siete campañas presidenciales y en cinco campañas municipales. He ejercido cargos de Ministro de Estado en los dos gobiernos del APRA (1985-1990 y 2006-2011).

En el año 2014, fui el candidato del PAP al Municipio de Lima Metropolitana, la capital del Perú, quedando -contra todo pronóstico- en un expectante segundo lugar con casi un millón de votos. Aprendí mucho en esa campaña, cometí errores, me indujeron a cometer otros, pero sobre todo me di cuenta de que el grueso de los votantes estaba ya harto de lo

mismo, de los mismos personajes, de los mismos métodos, de los mismos discursos y ofertas electorales.

Obtuve una votación que sorprendió a muchos porque me esforcé por entender lo que buscaba una población básicamente independiente, con una propuesta seria y de buen fundamento técnico, pero sobre todo con la convicción de poder cumplir con lo que estaba ofreciendo.

Con esa experiencia y los resultados alcanzados, intenté transmitir al interior del PAP lo que había aprendido, en la búsqueda de una política de renovación partidaria, pero no tuve éxito porque parte de la dirigencia que está en el control del partido se opuso firmemente a todo cambio. Decidí entonces renunciar al partido y optar por un camino independiente para lograr el mismo objetivo.

En un congreso de comunicación y gobierno como al que asistimos y en el que la mayoría de los asistentes son dirigentes, militantes y comunicadores políticos, me pareció sustancial que se discuta no sólo cómo lograr mejores resultados en las campañas electorales, sino -previamente- como reivindicar la acción política, como devolverle credibilidad, y sobre todo cómo hacer para que los jóvenes, esos nómades electronales, se interesen en participar en política.

Interesa también evaluar no sólo las estrategias para llegar a la victoria electoral, sino también el cómo lograr gobiernos que cumplan con sus ofertas electorales, que hagan seguimiento de sus propuestas, que se mantengan en contacto con sus votantes y que traten de llegar a quienes no fueron sus votantes. Todo ello para contribuir a recuperar la confianza y la credibilidad de la población en la política y en los políticos.

El objetivo de este ensayo es compartir mi experiencia en aquella campaña electoral del 2014, las lecciones aprendidas y los esfuerzos que venimos desarrollando al impulsar un nuevo movimiento político independiente, llamado Contigo Ciudadano, con el que pretendemos tentar nuevamente la Alcaldía de Lima en el 2018 pero, sobre todo, contribuir a poner en la agenda el tema de la innovación política.

Agradezco por la invitación y la hospitalidad a los organizadores de esta Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno.

2. El Contexto Político en el Perú

El Perú tiene una democracia en proceso de fortalecimiento. El régimen es presidencialista y cuenta con un Congreso unicameral, de acuerdo a la Constitución Política vigente desde 1993. Las elecciones presidenciales y congresales se hacen cada cinco años; las elecciones para gobernadores regionales y alcaldes se hacen cada cuatro años.

El actual presidente del Perú es el economista Pedro Pablo Kuczynski, que lidera un movimiento de centro derecha denominado **Peruanos por el Cambio (PPK)**. El Congreso de la República está dominado por **Fuerza Popular**, el partido que lidera Keiko Fujimori y que cuenta con 71 congresistas (que equivale al 55% del total de escaños).

Las relaciones entre el Poder Ejecutivo y el Congreso de la República en estos dos últimos años han sido bastante tensas, con puyas de ambos lados, creándose la sensación de una precaria gobernabilidad. El período constitucional de gobierno de ambos poderes es hasta mediados del año 2021, por lo que todavía hay un tiempo apreciable en el que se tendrá que actuar con mayor visión y responsabilidad democrática.

La precaria institucionalidad se ve afectada también por un Poder Judicial que no goza lamentablemente de una gran credibilidad y de un Poder Electoral en el que se hacen necesarias profundas reformas para garantizar la renovación, la transparencia y la democracia interna en los partidos políticos.

Podríamos afirmar que prácticamente la totalidad de los partidos políticos inscritos en el Jurado Nacional de Elecciones (JNE) están en problemas internos de diferente índole, algunos pocos hacen vida partidaria permanente y la mayoría sólo aparece en cada campaña electoral, lo que además genera problemas de improvisación y de falta de propuestas serias que generen mínimos consensos y se conviertan luego en políticas de Estado.

La imagen de los partidos políticos también está seriamente afectada por graves acusaciones de corrupción y, en algunos casos, por su inadecuada gestión cuando fueron gobierno, ya sea a nivel nacional, regional o municipal.

Las encuestas determinan que la mayoría de los ciudadanos preferiría votar por opciones independientes ante la falta de credibilidad de los partidos políticos. La respuesta de los partidos políticos representados en el Congreso de la República (Además de Fuerza Popular y PPK están el Frente Amplio -que incluye diversas agrupaciones de izquierda-, Alianza Popular, Acción Popular y el Partido Aprista Peruano) ha sido muy curiosa: aprobar una ley que obliga a votar sólo por los partidos políticos. Como decíamos en la introducción, los políticos parecen no entender lo que está pasando y, en lugar de hacerse una autocrítica, se siguen “disparando a los pies”.

Las próximas elecciones regionales (hay 25 Regiones) y municipales (hay 196 provincias y más de 1800 municipios en todo el país) serán en el año 2018. La mayoría de las Regiones y Municipios están a cargo de autoridades que pertenecen a movimientos regionales y locales, independientes de los partidos políticos nacionales y esa tendencia parece que se fortalecerá en el futuro dado la crisis de los referidos partidos, aunque las actuales

autoridades no podrán presentarse a la reelección en esta oportunidad por una ley expresa que así lo establece.

No obstante, este clima nebuloso en el ámbito político, en los últimos 20 años, seis gobiernos han mantenido los aspectos sustanciales de un modelo económico que viene generando un crecimiento económico sostenido con positivos impactos en los niveles de empleo y en la reducción de los niveles de pobreza.

Los gobiernos de Alberto Fujimori (1990-2000) (período que incluye un “autogolpe” en el año 1992); el gobierno provisional de Valentín Paniagua (2000-2001); Alejandro Toledo (2001-2006), Alan García (2006-2011), Ollanta Humala (2011-2016) y el actual gobierno de Pedro Pablo Kuczynski (2016-2021); todos, sin ponerse de acuerdo, han aplicado una política económica que se ha convertido en una política de Estado.

En pocas palabras, el modelo se sustenta en la promoción de la inversión privada -y complementariamente de la inversión pública- para generar crecimiento económico (con una tasa promedio en el período de cerca del 5%), con un marco macroeconómico de gran estabilidad (la inflación anual es de alrededor del 3%), un Banco Central autónomo, una política fiscal responsable, con acuerdos de protección de inversiones, acuerdos de estabilidad tributaria y convenios para evitar la doble tributación, con diversos tratados de libre comercio con los principales mercados del mundo; todo lo cual ha llevado a que los bancos y agencias internacionales le otorguen al país el “grado de inversión”.

La sostenibilidad del modelo en el mediano y largo plazo dependerá de mantener y aumentar las actuales tasas promedio de crecimiento económico anual, seguir en la lucha para reducir la pobreza y disminuir la brecha de desigualdad que tiene el país, además de aplicar reformas estructurales de segunda generación, principalmente en lo que respecta a la educación, la acción del Estado, el acondicionamiento territorial, el cambio de la matriz energética, la investigación científica y el desarrollo tecnológico.

3. La Campaña Electoral Municipal para Lima 2014

A principios del año 2014, la dirigencia nacional del Partido Aprista Peruano me pidió ser el candidato del partido para la Municipalidad de Lima Metropolitana. Acepté sin saber que ese sería el inicio de una serie de problemas que terminaron con mi renuncia al partido en febrero de 2017.

Durante varios meses, la Comisión Política del partido no me daba la autorización para inscribir la candidatura en el Jurado Nacional de Elecciones. Apenas me la dieron diez días antes de la fecha límite para las inscripciones. Ello me impidió evaluar la conveniencia de hacer alianzas electorales en algunos distritos de la capital, tampoco pude presentar listas

en la mayoría de los distritos y apenas pudimos completar la lista provincial para Lima Metropolitana.

De otro lado, el no estar confirmado oficialmente en la candidatura, me impidió realizar una campaña electoral a tiempo, caminando por los diferentes barrios -sobre todo los populares-; de hecho, una buena parte de la población electoral de Lima no me conocía, a lo que había que añadir que el Partido Aprista Peruano y algunos de sus líderes estaban muy desprestigiados, por lo que había que considerar la acción de un fuerte anti-voto en los comicios.

¿Por qué demoró la decisión de mi inscripción? La mayoría de los dirigentes del PAP temían que un resultado electoral adverso (una derrota electoral u obtener una muy baja votación en Lima) podría afectar las posibilidades de la candidatura de Alan García en las Elecciones Generales de 2016.

Después me enteré de que había otra poderosa razón: los dirigentes del PAP sólo querían “utilizar” mi candidatura para “negociar” mejores condiciones para una alianza no declarada con el candidato favorito -Luis Castañeda, quien luego se convertiría en alcalde de Lima. Situaciones parecidas habían ocurrido anteriormente con los candidatos a Lima por el PAP, Gastón Barúa en 2002 y Carlos Roca en 2010; ambas candidaturas fueron retiradas oficialmente por la dirigencia del partido antes de la culminación del proceso electoral y sin contar con su aprobación.

Con estos antecedentes, y ante declaraciones públicas de algunos dirigentes en el sentido que estaban evaluando el retiro de mi candidatura, yo me adelanté y declaré públicamente que “bajo ninguna circunstancia yo me iba a retirar”, y que, por el contrario, “estaba mentalizado para ganar las elecciones”.

La guerra estaba declarada. Mis problemas al interior del partido se acrecentaron. La mayoría de los principales dirigentes del PAP no me acompañaron en la campaña -incluyendo al propio Alan García- y ello fue tan notorio que los periodistas y la opinión pública se preguntaban continuamente ¿qué es lo que pasaba? ¿Alan García no apoyaba al candidato de su partido?

Aun cuando los dirigentes del PAP intentaron explicar esta situación -sobre todo después de los resultados electorales- afirmando que se trataba de una “estrategia deliberada” para no perjudicar la candidatura, nadie creyó esa justificación. Lo cierto es que, en la práctica, el abierto alejamiento de los principales dirigentes del PAP de mi candidatura me favoreció, porque muchos ciudadanos independientes entendieron que la cúpula partidaria, al no disimular su fastidio, me ubicaba precisamente en la posición que la mayoría tenía: contraria al PAP; entonces se solidarizaron conmigo.

En paralelo, militantes apristas (incluso algunos de los candidatos a regidores) tenían reuniones secretas con dirigentes de Solidaridad Nacional (el partido de Luis Castañeda) por encargo de los dirigentes nacionales del PAP.

Así las cosas, estábamos prácticamente solos en una campaña electoral en la que representábamos a un partido nacional de larga trayectoria, pero en la que teníamos también que “cargar la mochila” del desprestigio, el anti voto y del accionar de algunos de sus dirigentes.

En compensación, habíamos elaborado un buen plan de gobierno municipal, que rápidamente fue valorado por buena parte de la población, especialmente por los más jóvenes, como una propuesta seria y factible. La gente empezó a interesarse en nuestras propuestas y, aunque manteníamos en las encuestas una preferencia electoral baja (entre 2% y 3%), habíamos ganado ya la imagen de ser “la mejor propuesta de la campaña”.

Nuestra campaña fue muy austera y no recibimos ningún soporte financiero del partido y, teniendo en cuenta los resultados que alcanzamos, probablemente se trata de la relación más costo-eficiente de los últimos tiempos.

La campaña empezó oficialmente con la inscripción de los candidatos ante el Jurado Nacional de Elecciones a principios de julio de 2014, pero la campaña recién empezó realmente en los primeros días de agosto, pues en el mes de julio terminaba el Campeonato Mundial de Fútbol de Brasil 2014 y se celebraban las Fiestas Patrias en el Perú, acontecimientos que no dejaban mucho tiempo para pensar en elecciones municipales.

Fueron dos meses intensos de campaña electoral, hasta el día de la elección, el domingo 05 de octubre de 2014. Durante la campaña electoral, a las desventajas y limitaciones que ya hemos señalado, se unió un error que cometí en el slogan principal utilizado.

Habíamos hecho los correspondientes “focus group” que nos indicaban claramente que los principales problemas que aquejaban a los limeños eran la inseguridad ciudadana y el caos del transporte. Entonces le pusimos a la campaña el lema: “Por una Lima sin delincuencia”. Pero el mensaje no pegó. No sólo no había un posicionamiento adecuado de la marca “Enrique Cornejo” sobre todo en los sectores populares, sino que no había nada en mi trayectoria pública ni privada que me asociara con el tema de la seguridad ciudadana.

A mitad de campaña, recapitamos y cambiamos el mensaje. ¿Qué era lo que sí podría ser reconocido en la actuación pública de Enrique Cornejo? Su liderazgo como Ministro de Transportes y Comunicaciones para la construcción y puesta en operación de la

Línea Uno del Metro de Lima y Callao que hoy funciona eficientemente sirviendo a decenas de miles de limeños todos los días.

Entonces, elegimos el lema “A todo Tren”. Y todo empezó a cambiar; tarde, pero empezó a cambiar, principalmente en las redes sociales y captando el interés y entusiasmo de los jóvenes.

Fueron jóvenes en las redes sociales -y no un estrategia de comunicación política- los que espontáneamente refrescaron la campaña y crearon un tren como dibujo animado, al que le pusieron graciosamente lentes y bigotes; fueron los jóvenes los que me bautizaron como “El Tío Bigote”; y, fueron estos mismos jóvenes los que se dieron el trabajo de leer íntegramente el plan de gobierno que proponíamos y compararlo con los otros, para luego afirmar que se trataba de la mejor propuesta. “Yo voy a votar por el Tío Bigote, decían los jóvenes en todo Lima”.

Llegamos así al domingo anterior al día de las elecciones. Entonces el Jurado Nacional de Elecciones organizó el debate principal de los candidatos al Municipio de Lima que, por supuesto, iba a ser televisado a nivel nacional. El formato del debate planteaba que los candidatos se enfrentaran en pares, previamente sorteados. La fortuna hizo que en el sorteo me tocara con el candidato favorito: Luis Castañeda.

Me preparé con todo esmero y detalle para esos cinco minutos cruciales.¹ Cada candidato tenía que hacer una pregunta al otro y viceversa. Medité mucho para elegir la pregunta y decidí hacerle una que Castañeda no iba a imaginar: la misma pregunta que en un debate que habíamos tenido la semana anterior en el Diario “EL Comercio” pero sólo vieron algunos miles de personas; ahora se trataba de millones de televidentes en todo el país.

Cuando me tocó el turno, pregunté: “Señor Castañeda, usted ha sido un buen alcalde², todos se lo reconocemos y valoramos las escaleras que construyó o los Hospitales de la Solidaridad, pero el problema es que aquí no estamos hablando del pasado, sino de las propuestas que le estamos haciendo a Lima para los próximos cuatro años y, para ese período, usted no se ha preparado, no tiene propuestas importantes que ofrecernos.

Lo único que ha planteado es la construcción de un monorriel en Lima. Señor Castañeda: ¿por qué los limeños tendríamos que gastar más de US\$ 2,000 millones en un

¹ El desarrollo del debate electoral mencionado puede apreciarse en YouTube.

² Luis Castañeda había sido elegido alcalde de Lima en los períodos 2002-2006 y 2006-2010. El 2014 postulaba entonces para un tercer mandato en la Municipalidad de Lima.

monorriel cuya viabilidad ya ha sido desechada y que pretendería usar el mismo trazo que ya está definido para una línea del Metro de Lima?

Castañeda, con toda su experiencia, se enojó y no dio una respuesta satisfactoria. Cuando le tocó su pregunta intentó ridiculizar mi candidatura y dijo. “Señor Cornejo, usted quiere ser alcalde de Lima, pero ¿cómo va a poder con Lima que tiene varios millones de habitantes, si no pudo con Pisco que es una ciudad más pequeña, cuando ocurrió el terremoto en 2007 y usted era Ministro de Vivienda?”

La respuesta de mi parte vino rápida: “Señor Castañeda. Usted no me ha respondido, pero yo sí lo voy a hacer. Usted tiene que llamarles la atención a sus asesores porque cuando ocurrió el terremoto en Pisco en 2007 yo no era Ministro de Vivienda sino Presidente Ejecutivo del Banco de la Nación y yo estuve al día siguiente del terremoto en esa ciudad y a usted no lo vi.”

Las redes explotaron. Aparecían “memes” más creativos y graciosos que los otros. Los otros candidatos seguían en sus correspondientes debates, pero todos hablaban del debate entre Castañeda y Cornejo. Me di cuenta de que algo importante había pasado. Al día siguiente la gente me felicitaba en las calles, los taxistas me saludaban con las bocinas. La impresión general era que habíamos tenido una muy buena participación en el debate. ¿De dónde salió este Cornejo? ¿Por qué no lo habíamos visto antes?

Durante la semana siguiente, miles se inclinaron a votar por Cornejo o por “El Tío Bigote”. Se convirtió en tendencia. En apenas siete días -contando el día de las elecciones- la intención del voto creció del 3 %, en el que estábamos antes del debate, al 17.64% que logramos obtener finalmente en las urnas. ¡Crecimos casi 15 puntos en siete días, es decir, más de dos puntos por día!, y con una tendencia geométrica.

Quedamos en segundo lugar, pero parecía que habíamos ganado. “Castañeda ganó, pero Cornejo sorprendió”, decía el titular de un periódico en la mañana del lunes 06 de octubre. La sensación que quedó en los limeños era que unas dos o tres semanas más y le ganábamos a Castañeda.

En realidad, quedamos en segundo lugar muy lejos de Castañeda, pero habíamos logrado un impacto emocional en buena parte del electorado. Obtuvimos un total de 897,562 votos sobre un total de poco más de 5 millones de votos válidos³. Si bien los

³ Un año y medio después, cuando se realizó las Elecciones Generales para presidente de la República el 10 de abril de 2016, el Partido Aprista Peruano (PAP) en alianza con el Partido Popular Cristiano (PPC) y con la candidatura de Alan García Pérez sólo obtuvo a nivel nacional 870,126 votos. Es decir, Cornejo había logrado sólo en Lima 27,436 votos más que Alan García en todo el Perú. Aun cuando se trata de elecciones diferentes

resultados generaron favorable expectativa en una gran parte de los limeños y de los medios de comunicación, los principales dirigentes del PAP no pudieron disimular su desagrado.

En los distritos populares Castañeda me sacó amplia ventaja; en los distritos de clase media, principalmente en Lima Centro, la ventaja fue mínima e incluso, en algunos distritos como San Borja o San Isidro nosotros ganamos, pero no pusimos ni un solo regidor porque no teníamos lista inscrita, por los problemas ya comentados anteriormente. A nivel de Lima Metropolitana, salieron elegidos ocho regidores de nuestra lista. Los jóvenes nos apoyaron entusiastamente en la mayoría de los distritos de Lima.

Los resultados nos comprometieron a seguir de cerca los problemas de la ciudad. Lo prometimos y así lo hemos hecho en los últimos tres años. También nos hemos mantenido activos en las redes sociales que tanto nos apoyaron.

¿Cuáles son las lecciones aprendidas en esta campaña electoral? En el Cuadro No. 1 hemos sistematizado las debilidades y fortalezas de dicha campaña que se analizaron antes.

y con factores que no necesariamente son replicables, para algunos dirigentes apristas era una situación muy incómoda. Cornejo se convirtió claramente en un “problema”.

Cuadro No. 1

Debilidades y Fortalezas de la Campaña Electoral de Enrique Cornejo al Municipio de Lima, 2014

Debilidades:

- Ingreso tardío a la campaña electoral
- No hubo tiempo de hacer buenas listas distritales
- Marca “Enrique Cornejo” poco conocida entre la población
- Candidato favorito llevaba mucha ventaja
- No se caminó a tiempo por zonas populares
- Error en el lema inicial de campaña
- Institucionalmente, el PAP no apoyó
- Escaso presupuesto para la campaña

Fortalezas:

- Buen plan de gobierno, con propuestas sólidas y con fundamento técnico
- Explicación clara de las propuestas
- Buena participación en principal debate electoral
- Gran acogida entre los jóvenes
- Apoyo activo de las redes sociales
- Lema “A todo Tren” y figura de “El Tío Bigote” pegaron en el electorado
- Principales dirigentes apristas no apoyaron
- El anti-voto jugó a favor

Fuente: Elaboración propia, 2017

Aunque muchos de los acontecimientos en esta campaña electoral no son replicables, sin duda, nos dejan valiosas lecciones que estamos tratando de aquilatar y poner en valor para nuestro accionar político y lo que le sugerimos al país. Desde nuestro punto de vista, la principal conclusión es que la población está harta de lo mismo y reclama urgentemente innovación política.

4. La imperiosa necesidad de Innovar la política

En noviembre de 2016, asistimos invitados a presentar una ponencia a un evento en Madrid organizado por la Fundación Pablo Iglesias sobre retos políticos de la izquierda

democrática ante la globalización.⁴ Sostuvimos en dicha ocasión que era urgente “horizontalizar la política”, “acercarla nuevamente a la gente” y planteamos pasar de la dicotomía “Estado-mercado” a la tricotomía “Estado-mercado- ciudadanía”.

Es urgente recuperar la confianza y la credibilidad de la población, volver a tener legitimidad, fortalecer la institucionalidad y, para ello, hay que innovar la manera de hacer política, dejando el criterio del “político-intermediario” y pasando al del “político-gestor” y “político-vocero”.

Necesitamos partidos y movimientos políticos (y, por supuesto, políticos) que la gente sienta más cercanos y que entiendan sus preocupaciones y les den soluciones en lugar de “interpretarlos” o sólo “representarlos”.

A la necesidad de mayor democracia interna, transparencia en la gestión, renovación de cuadros, capacitación, búsqueda de la paridad en las listas de candidatos, entre otros aspectos que hoy se reclaman, hay que agregar –como prioridad- la necesidad de nuevos criterios, de nuevos métodos.

Lo anterior requiere el convencimiento que debemos tener quienes hacemos política en el sentido que tenemos que hacer una verdadera reingeniería de nosotros mismos. Sólo así afrontaremos exitosamente la actual crisis de institucionalidad y de representatividad.

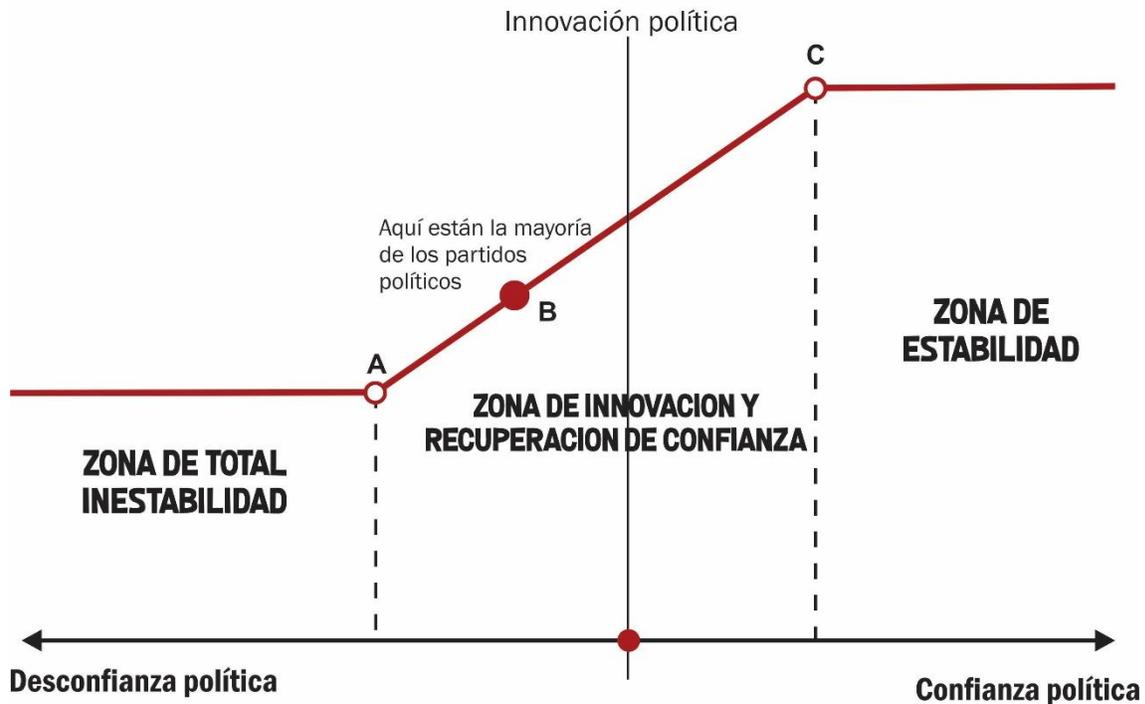
En el Gráfico No. 1 presentamos un esquema acerca de la **urgencia de la innovación política**. Observamos en el eje vertical del gráfico la medición de la innovación política y en el eje horizontal la medición de la confianza política. La hipótesis que planteamos es que existe una relación directamente proporcional entre las dos variables, es decir, a mayor innovación política, mayor confianza política y viceversa.

Distinguimos tres zonas. La **Zona de Estabilidad**, en la que existe ya el suficiente desarrollo institucional y madurez política, la confianza política está en su nivel máximo y entonces las políticas públicas pueden desarrollarse plenamente y alcanzarse los objetivos buscados. Es la zona ideal a la que hay que buscar llegar.

⁴ CORNEJO RAMÍREZ, Enrique...; “**Retos Políticos de la Izquierda Democrática ante la Globalización: una mirada desde Perú**”; Lima, noviembre de 2016; 20 páginas, documento que fue presentado como ponencia por el autor en el V Taller Regional Cuenca del Caribe y Cono Sur: “Retos Políticos para la Región ante la Globalización”, organizado por la Fundación Pablo Iglesias y realizado en Madrid- España entre los días 28 y 30 de noviembre de 2016.

Gráfico No. 1

LA URGENCIA DE LA INNOVACIÓN POLÍTICA



Fuente: Elaboración propia

Tenemos luego la **Zona de Innovación y de Recuperación de Confianza**, en la que, a la izquierda del eje vertical tenemos un problema de poca innovación política y de bastante desconfianza por parte de la población. El objetivo es trabajar para avanzar hacia la derecha del gráfico, dejando las prácticas tradicionales y buscando recuperar la confianza de la población.

Finalmente, se presenta la **Zona de Total Inestabilidad**, en la que la desconfianza política es tal que ya ninguna acción ni estrategia de los partidos políticos va a funcionar. En esta situación crítica el sistema democrático y sus instituciones están en peligro y, obviamente, hay que salir cuanto antes de esa zona.

Consideramos que actualmente la gran mayoría de los partidos políticos se encuentran en la Zona de Innovación y de Recuperación de la Confianza, exactamente en una ubicación cercana al punto "B" del gráfico. Los partidos políticos y sus dirigentes afrontan un serio problema de credibilidad ante la población. La confianza política es negativa

El objetivo inmediato debe ser entonces no llegar al punto "A", donde se pierde total manejo y entramos en una crisis institucional de imprevisibles consecuencias. Trabajando fuerte y consistentemente en la innovación política, reestructurando sus organizaciones,

transparentando su gestión, dando oportunidad a nuevos cuadros, practicando la democracia interna y estando siempre cerca de la gente, los partidos políticos pueden avanzar hacia el punto “C” y llegar a la deseada Zona de Estabilidad.

Nos queda claro que es fundamental “innovar la política”. Entonces, ¿qué entendemos por innovación política?

En el Cuadro No. 2 presentamos lo que consideramos son los diez principios básicos de innovación política que debemos seguir para poder afrontar el desafío de recuperar primero la atención y luego la confianza de la población.

Cuadro No. 2

Los Principios Básicos de la Innovación Política que proponemos

- 1. Cercanía con la gente**
 - 2. Transparencia**
 - 3. Credibilidad**
 - 4. Horizontalidad**
 - 5. Apertura y Flexibilidad**
 - 6. Democracia Interna**
 - 7. Pragmatismo**
 - 8. Modernidad**
 - 9. Acción Política permanente**
 - 10. Creatividad**
-

Fuente: Contigo Ciudadano...; “¿Por qué decimos que somos un movimiento de innovación política?; Lima, 2017.

Veamos a continuación el alcance de estos principios de innovación política que proponemos.

4.1 Cercanía con la gente

El principal desafío de la innovación política es acercar la política a los ciudadanos, entender que los políticos nos debemos a ellos y no al revés. Esta cercanía debe producirse en todo momento, escuchando con interés, trabajando conjuntamente con los ciudadanos y sus organizaciones, preocupándonos por darle solución a sus problemas, dejando de ser los políticos intermediarios y procurando ser los políticos voceros y los políticos gestores.

4.2 Transparencia

La política requiere transparencia permanente, mucho más en estos tiempos de graves denuncias de corrupción y de crisis de valores. Innovar la política es crear mecanismos de autocontrol y “filtros” para evitar la corrupción.

La transparencia implica no sólo honestidad en el uso de los recursos públicos; también requiere transparentar agendas, evitar el conflicto de intereses o el nepotismo. Transparencia es asimismo permanente rendición de cuentas y libre acceso de la población a la información que sea de interés público.

4.3 Credibilidad

Como consecuencia de la cercanía con la gente y de la transparencia en la acción política el objetivo debe ser recuperar la credibilidad y la confianza de la población, aspectos fundamentales para el fortalecimiento de la institucionalidad y la democracia en el país.

La credibilidad supone también ejecutar efectiva y eficientemente los planes de gobierno que se presentan, no ofrecer lo que no se puede hacer y cumplir con lo que se ofrece. La credibilidad exige la alineación de los tiempos políticos con los tiempos sociales e incorporar el concepto del “costo de no hacer la obra hoy” (costo de oportunidad) en la gestión pública. Exige predicar con el ejemplo.

4.4 Horizontalidad

La innovación política exige horizontalidad en la organización partidaria, identificación de procesos, gestión por resultados y enfoque en el ciudadano como “cliente final”. La innovación política supone empoderar al ciudadano y sus organizaciones; implica permanente participación ciudadana. Innovar políticamente es dejar entonces las tradicionales organizaciones políticas cerradas y verticales, motivando y dialogando antes que imponiendo; escuchando y buscando el consenso antes que dividiendo.

4.5 Apertura y flexibilidad

La innovación política exige estructuras partidarias abiertas y criterios flexibles de acción política. Innovar políticamente es estar permanentemente atentos a los cambios que vienen ocurriendo en el país y en el mundo; es no resistirse al cambio y más bien aprovechar del cambio para dar “saltos cualitativos” y avanzar.

Innovar políticamente es entender que “la manera de ver el mundo” es diferente para los jóvenes nativos digitales que para las generaciones de mayor edad; es también entender que el cerebro de estos jóvenes es lineal y multifuncional y no secuencial como el de generaciones anteriores.

4.6 Democracia interna

Innovar políticamente es promover y respetar escrupulosamente los mecanismos establecidos en el estatuto partidario para garantizar la democracia interna, con deberes y derechos para los afiliados, con elecciones internas libres basadas en el principio de “un militante-un voto”.

La democracia interna debe suponer descentralizar y desconcentrar las decisiones partidarias, evitando el abuso y concentración del poder en cúpulas partidarias, así como la alteración del voto de los afiliados. Innovar políticamente es –curiosamente– volver a lo que nunca ha debido dejarse a un lado en los partidos políticos: respetar escrupulosamente la opinión y el voto de los militantes.

4.7 Pragmatismo

Innovar la política es dejar de priorizar el discurso político general, el ofrecimiento demagógico y el debate ideológico para concentrarnos en respuestas concretas a los problemas concretos que hoy tiene la ciudadanía.

Es actuar con pragmatismo y con sentido común. Innovar la política es responder a los intereses concretos de los ciudadanos y de sus organizaciones, es enfocarse en el interés público y no en el interés particular de los políticos o de sus organizaciones políticas.

4.8 Modernidad

Innovar la política requiere modernizarse y utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación. Innovar la política es usar inteligentemente las redes sociales y transformar las estrategias de marketing, estratificando por estilos de vida y de acción política en lugar de los tradicionales niveles socio económicos, enfatizando no sólo en los “segmentos” sino también en las “partículas” de población, entre otros aspectos.

4.9 Acción política permanente

La innovación política requiere acción política 24x7, todo el año y no sólo en campañas electorales. La política debe relacionarse con el “día a día” de los ciudadanos. Proponemos “caminar sin prisa”, conociendo a las personas, interesándose por sus preocupaciones, escuchándolos y buscando brindar servicios útiles a la población.

Es increíble escuchar reiteradamente a los ciudadanos en la campaña electoral decirnos: “Ahora me saludas, pides mi firma, pides mi voto, pero cuando llegues, ni siquiera me vas a mirar.” Lamentablemente, esta afirmación es cierta en la mayoría de los casos y, definitivamente, hay que cambiar esta imagen, estando siempre cerca de los ciudadanos, haciéndolos participar, trabajando conjuntamente con ellos.

4.10 Creatividad

La innovación política es permanente promoción de la creatividad. Hay que ser creativos también en política buscando aplicar métodos y criterios no tradicionales que

rompan los paradigmas usualmente empleados en los partidos y organizaciones políticas.

5. La apuesta de Contigo Ciudadano

Al formar el Movimiento Político Independiente “Contigo Ciudadano” nos hemos propuesto poner en práctica estos principios de innovación en la acción política que diariamente realizamos.

Esta urgente necesidad de innovar alcanza a todas las esferas del quehacer humano y también a la esfera política. En nuestro Manifiesto Político (Lima, abril 2017) decimos:

“...los partidos políticos, los políticos y la forma de hacer política están siendo extremadamente cuestionados. Entretenidos en sus pugnas internas y en el deseo de alcanzar cargos de dirigentes y candidaturas, los militantes y los partidos políticos en general se han alejado de la gente y han perdido lo esencial de su naturaleza: construir un discurso político que se preocupe del día a día de los ciudadanos, que resuelva sus problemas, que genere esperanza en el futuro”.

En “Contigo Ciudadano” estamos convencidos que debemos hacer de la innovación política una preocupación permanente y un sello distintivo de nuestro accionar. Por ello, cada comité -provincial o distrital- cuenta con un equipo de trabajo exclusivamente dedicado a proponer acciones de innovación política. En cada asamblea o reunión de coordinación del movimiento se dedica un espacio especial a las sugerencias de innovación política.

Para los integrantes de “Contigo Ciudadano”, la innovación política exige preocuparse por satisfacer los intereses de los diferentes grupos de ciudadanos, celebrando pequeños “contratos sociales” con cada uno de ellos, con objetivos, políticas y metas muy concretas. Ello requiere de un trabajo conjunto y de mucho seguimiento en las diferentes partes del proceso hasta conseguir el resultado final.

En este sentido, hemos propuesto que, en adición a los que deseen inscribirse como afiliados (militantes) al Movimiento “Contigo Ciudadano”, se cree también una nueva categoría de “organizaciones asociadas”, de manera que podamos celebrar con dichas organizaciones de la sociedad civil diferentes “acuerdos de punto fijo”.

Estos acuerdos pueden llevarnos –por ejemplo- a asegurar la intangibilidad de las lomas con las que todavía cuenta la ciudad de Lima y evitar la acción de traficantes de tierras o de empresas inmobiliarias que pretendan intervenir en zonas consideradas intangibles. A fin de asegurar el cumplimiento de este objetivo nos pondremos de acuerdo y trabajaremos conjuntamente con las organizaciones de jóvenes que se dedican a cuidar las lomas de Lima.

La innovación política requiere estar en permanente comunicación con la población, mostrar efectiva capacidad de escucha, realizar esfuerzos por encontrar espacios para el consenso, priorizar la propuesta antes que el ataque al contendor, todo lo cual es posible

hacerlo cuando hay disposición para cambiar y, sobre todo, cuando se tiene claro que la razón de ser del trabajo político son los ciudadanos y no el partido o movimiento respectivo.

La innovación política exige una estrategia también innovadora para crear transparencia y luchar contra toda forma de corrupción. En “Contigo Ciudadano” planteamos que todo militante debe suscribir como requisito de ingreso la Declaración de Principios y Código de Conducta que exige el movimiento; que la Página Web oficial del Movimiento debe incluir la lista de todos los afiliados, dirigentes y posibles candidatos a fin de que la población pueda ejercer libremente su función de fiscalización y advertir sobre comportamientos o información sobre alguno de ellos que podrían significar actos de corrupción o conductas indebidas.

En “Contigo Ciudadano” aplicaremos, como organización política, al Sistema de Aseguramiento de Calidad ISO 37001, específicamente diseñado para luchar contra el soborno y adoptaremos permanentes e inopinados mecanismos de auto control para evitar cualquier acto de corrupción.

En “Contigo Ciudadano” exigimos que todos nuestros militantes e invitados que ejerzan puestos públicos transparenten y publiquen sus agendas incluyendo no sólo la relación de las personas e instituciones con las que se reúnen sino también un breve resumen del contenido de las reuniones.

Se necesitan partidos políticos sólidos, con ideología y programas para no improvisar. Sin embargo, tenemos que ser conscientes que en los tiempos actuales a la población –principalmente a los más jóvenes- no les interesan los discursos densos y los debates ideológicos; sólo les interesan respuestas y soluciones concretas para los problemas también concretos que hoy los aquejan.

Para nosotros, innovar la política es también “adelantarse” a los hechos, desarrollar políticas de calidad para dar calidad de vida a las personas; significa buscar la unidad partiendo de la diversidad que caracteriza a nuestra sociedad; supone partir del principio que todos somos importantes y, por lo tanto, que hay que escuchar la opinión y las sugerencias de todos. Innovar la política es entonces escuchar permanentemente a la población y a sus organizaciones de manera de recoger sus sugerencias y aportes e incorporarlas a nuestro Plan de Gobierno.

Innovar la política es plantear buenos planes de gobierno, con visión de largo plazo y con políticas de Estado, de manera que se mantengan los aspectos esenciales de las mismas aun cuando cambien los gobiernos y se destierre la equivocada pretensión de “empezar de cero” con cada nuevo gobierno sin considerar las buenas obras de gobiernos anteriores.

Innovar la política es dejar de ponerle colores o autores a las obras públicas: que tal obra es de fulano, que la otra es de mengano. Lo que en realidad reclama la población es que las obras públicas se hagan bien y rápido; no importa quién las haga, lo importante es que se hagan y sirvan efectivamente al ciudadano.

Innovar la política es preguntarle al ciudadano, ¿Qué necesitas? ¿Cómo te ayudo? ¿Cómo te apoyo para que puedas trabajar mejor?, y dejar de exigir trámites, cobros y requisitos muchas veces innecesarios.

Innovar la política es convocar de manera amplia respetando las diferencias de puntos de vista, “abriendo” y no “cerrando” el acceso de nuevos integrantes al movimiento, con la condición no negociable de que la persona no esté involucrada en actos de corrupción o reñidos con la moral.

En “Contigo Ciudadano”, finalmente, queremos convocar a todos aquéllos que deseen apostar de manera independiente por la innovación política como metodología de acción para el servicio público. Queremos constituir un movimiento político donde todos encuentren espacios de acción efectiva y de crecimiento personal, donde la gente se sienta cómoda al actuar políticamente y donde predominen los encargos y no los cargos.

6. Emprendiendo la Campaña Electoral Municipal para Lima 2018

Actualmente, “Contigo Ciudadano” está en proceso de inscripción en el Jurado Nacional de Elecciones, como Movimiento Regional de Lima Metropolitana, para lo cual hemos tenido que recolectar 300,000 firmas válidas de ciudadanos que adhieren a nuestra inscripción y constituido 30 comités distritales en otros tantos distritos de la ciudad.

En abril de 2017 publicamos nuestro **“Manifiesto Político”** en el que definimos quienes somos y hacia dónde vamos. En el referido documento detallamos nuestros principios, los criterios de la nueva acción política que pretendemos realizar y la manera cómo entendemos la política, como un proceso de innovación permanente.

En esa misma fecha publicamos también el documento titulado: **“La Lima que Queremos”** en el que presentamos las áreas estratégicas que priorizaremos en el Municipio de Lima, incluyendo el transporte, el tránsito y la movilidad urbana; la seguridad ciudadana; el ordenamiento territorial, el cuidado del medio ambiente y la prevención de riesgos por desastres; la promoción del auto emprendimiento; el desarrollo integral del ciudadano que comprende educación, salud, deporte, recreación y cultura; así como la creación de una “ciudad inteligente” (Smart City).

Mientras se desarrolla el trámite de la inscripción de nuestro Movimiento, estamos trabajando seriamente nuestro Plan de Gobierno para Lima en el período 2019-2022, pero con proyección al 2050. Estamos, asimismo, estableciendo las bases de la organización interna. Nuestro propósito no es tener una organización muy numerosa en militantes, pero sí comités activos que estén haciendo política todo el año, con una estrategia de permanente contacto y de trabajo conjunto con la ciudadanía y sus organizaciones.

Estamos teniendo cuidado de ser coherentes entre nuestro discurso y nuestro accionar. En el recojo de firmas, por ejemplo, lo hemos realizado solamente con voluntarios, sin pagar nada a nadie y sin dar los regalos que habitualmente se dan a cambio de una firma o de un voto. Cada firma lograda ha sido la de un ciudadano o ciudadana que desea apoyarnos porque está de acuerdo con lo que pensamos; podríamos decir que es casi un voto seguro

en las próximas elecciones. Difícil la tarea de cambiar los paradigmas y las malas prácticas políticas, pero en eso estamos y seremos perseverantes.

En la campaña política del 2018 (las elecciones municipales serán el domingo 07 de octubre) aplicaremos toda nuestra experiencia, corregiremos nuestros errores anteriores y no claudicaremos en nuestro objetivo de actuar innovando.

Queremos liderar el comienzo de la transformación de Lima, buscando que, en ocasión de celebrar el bicentenario de la Independencia Nacional, el año 2021, tengamos una ciudad segura, moderna, ordenada y sostenible, sobre la base de un proyecto de largo plazo hacia el año 2050.

7. Reflexiones Finales

Nuestra principal preocupación no es electoral, aunque queremos ganar las próximas elecciones municipales en Lima Metropolitana. Nuestra principal preocupación es contribuir a un cambio en la manera de hacer política en el Perú, practicando lo que denominamos la innovación política y recuperando la confianza y el respeto de la ciudadanía.

Estamos convencidos que esa es nuestra tarea y que la mayoría de los ciudadanos con los que conversamos diariamente en calles, oficinas y universidades piensan lo mismo y esperan cambios. No es que no les interese la política; se cansaron de ver y escuchar las mismas noticias negativas acerca de los actuales partidos políticos y de los políticos. Se cansaron de equivocarse en su voto, creyendo en discursos y ofrecimientos que luego no se cumplen.

Nosotros también nos hemos cansado de esta manera tradicional de hacer política, que ha perdido reflejos, que ha perdido lo principal: su capacidad para sintonizar con los deseos y preocupaciones de la población. Hay que hacer una profunda reingeniería; no hay que huir del cambio, no hay que rechazarlo, hay que liderar el cambio y montarnos sobre él para lograr los mismos objetivos de bienestar de la población y de justicia social. Y somos los políticos y los comunicadores políticos los que debemos acompañar el cambio.

(*) Ponencia presentada por el Dr. Enrique Cornejo Ramírez, representante del Perú en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno. Universidad Libre. Bogotá-Colombia, 23 de noviembre de 2017