

**Wilfredo José Césare Doria**

**O FENÔMENO FUJIMORI: A CONJUNTURA QUE CONSTRUIU UM  
PRESIDENTE.  
A EXPERIÊNCIA ELEITORAL PERUANA DE 1990.**

**Universidade Estadual de Campinas  
Faculdade de Educação  
1996**

7620348



UNIDADE	BC
N.º CHAMADA:	7/UNICAMP
	C337f
V.	Ex
TCMSO BC/	29188
PROC.	667/96
C	<input type="checkbox"/>
D	<input checked="" type="checkbox"/>
PREÇO	R\$ 11,00
DATA	30/11/96
N.º CPD	

CM-00095438-3

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA  
BIBLIOTECA DA FACULDADE DE EDUCAÇÃO/UNICAMP

C337f

Césare Doria, Wilfredo José

O fenômeno Fujimori : a conjuntura que construiu um presidente - a experiência eleitoral peruana de 1990 / Wilfredo José Césare Doria. -- Campinas, SP : [s.n.], 1996.

Orientador : James Patrick Maher.

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de educação.

1. Fujimori, Alberto Kenyo, Presidente do Peru, 1990-
2. Vargas Llosa, Mario, 1936-
3. Eleições - Peru.
4. Opinião pública - Peru.
5. Peru - Política e governo. I. Maher, James Patrick. II. Universidade Estadual de Campinas. Faculdade de Educação. III. Título.

Este exemplar corresponde à redação  
final da Dissertação defendida por  
**Wilfredo José Césare Doria** e aprovada  
pela Comissão Julgadora.

Data: 29.08.1996

Assinatura: James P. Maher

Dissertação apresentada como exigência parcial para obtenção do título de MESTRE EM EDUCAÇÃO na Área de Concentração: Ciências Sociais Aplicadas à Educação, à Comissão Julgadora da Faculdade de Educação da Universidade Estadual de Campinas, sob orientação do Prof. Dr. **James Patrick Maher**.

Comissão Julgadora:

*James P. Maher*.....

*Alfred Wang*.....

*James P. Maher*.....

### ***In Memoriam***

Para Joselita; pelo amor, amizade e compreensão de toda uma vida. Pelo orgulho de ser seu filho. Pelo imenso amor que sempre guardarei por você.

## RESUMO

Este trabalho trata da conjuntura política peruana de 1987 a 1990, que possibilitou a aparição política do Engenheiro Alberto Fujimori Fujimori e seu posterior triunfo eleitoral que o levou a ser eleito Presidente da República.

Em base a testemunhos de outros personagens envolvidos nessa conjuntura, textos de alguns autores sobre o tema, pesquisas de opinião pública, dados encontrados em jornais peruanos da época e a observação direta do autor sobre os acontecimentos; os principais momentos do processo político são reconstruídos, verificando as reações do eleitorado peruano e a atuação das principais forças e figuras políticas em fatos ocorridos antes e durante a campanha eleitoral.

Na análise dos dados apresentados, encontramos várias circunstâncias conjunturais que permitem o triunfo eleitoral de Fujimori, principalmente, uma situação de crise no sistema de representação de partidos políticos no Peru e, intimamente relacionado com isto, uma forte rejeição do eleitorados peruano à classe política tradicional desse país.

## SUMMARY

This work deals with the peruvian political context of 1987 to 1990 which allowed for the political appearance of Engineer Alberto Fujimori Fujimori and his subsequent electoral triumph resulting in his election as President of the Republic.

Based upon testimony of personalities involved in this context, texts of some authors about the theme, public opinion research, data from the peruvian press during the epoch and direct observations of the researcher about the happenings; the principal moments of the political process are reconstructed, verifying the reactions of the peruvian electorate and the actuation of the principal political forces and figures in facts occuring before and during the electoral campaign.

In the analysis of the data presented, we encountered varias contextual circumstances that permitted the electoral triumph of Fujimori. Principally, a situation of crisis in the system of representation of political parties in Peru and, intimately related to this, a strong rejection by the peruvian electorate of the traditional political class of this country.

## SUMÁRIO

<b><u>Introdução</u></b>	p.1
<b><u>Capítulo I: Os antecedentes políticos</u></b>	p.10
1.1) O projeto de Estatização dos Bancos privados no Peru.	p.10
a) A mensagem presidencial de 1987.	p.10
b) O protesto dos intelectuais.	p.15
1.2) Dividindo à opinião pública.	p.24
a) Totalitarismo vs. Liberdade.	p.24
b) Vargas LLosa como líder da oposição.	p.29
c) A identificação do governo do <i>APRA</i> com a esquerda.	p.32
<b><u>Capítulo II: A candidatura de Vargas LLosa.</u></b>	p.33
2.1) A criação do espaço político dos "independentes".	p.33
a) As aproximações entre Vargas LLosa e a <i>AP</i> e o <i>PPC</i> .	p.34
b) Formação do <i>Movimento Libertad</i> .	p.43
2.2) Vargas LLosa como a primeira proposta "independente".	p.46
a) A intervenção do Estado nos bancos.	p.47
b) A formação da <i>Fredemo</i> .	p.48
c) Renúncia à candidatura.	p.51
<b><u>Capítulo III: A campanha eleitoral.</u></b>	p.56
3.1) Eleições municipais.	p.56
a) O candidato da <i>Fredemo</i> .	p.57
b) O apresentador de TV.	p.61
3.2) A campanha de Vargas LLosa.	p.66
a) A proposta de Vargas LLosa.	p.66
b) Elementos da propaganda eleitoral de Vargas LLosa.	p.71
b.1) A equipe de assessores.	p.71
b.2) Investimento na campanha.	p.72
b.3) A imagem de estadista.	p.74
b.4) Relação com os meios de comunicação.	p.75

b.5) A estratégia de campanha.	p.77
c) Preferência nas pesquisas de opinião pública.	p.80
3.3) Outros aspectos da campanha.	p.82
a) Primeiras notícias sobre Fujimori.	p.82
b) A campanha do <i>APRA</i> ou a campanha anti-Vargas LLosá.	p.87
c) A proposta de Fujimori.	p.90
d) Elementos da propaganda eleitoral de Fujimori.	p.92
d.1) A propaganda "artesanal" de Fujimori.	p.92
d.2) O aproveitamento de estruturas organizativas já existentes.	p.92
3.4) Os resultados da votação no primeiro turno.	p.93
<b><u>Capítulo IV: Fujimori Vs. Vargas LLosá.</u></b>	p.97
4.1) Propostas de governo durante a campanha pelo segundo turno eleitoral: o "shock" e o "não shock".	p.97
4.2) Alguns fatores importantes durante a campanha para o segundo turno eleitoral.	p.100
a) O fator racial.	p.102
a.1) A exploração de Fujimori da sua origem japonesa.	p.103
a.2) Ataques a nisseis.	p.105
b) O fator religioso.	p.106
b.1) O agnosticismo de Mario Vargas LLosá.	p.106
b.2) A relação de Fujimori com membros de igrejas evangélicas.	p.107
b.3) Manifestações da hierarquia católica.	p.109
c) O fator socio-econômico.	p.111
4.3) O debate.	p.114
4.4) Os resultados no segundo turno.	p.117
<b><u>Capítulo V: Conclusões.</u></b>	p.121
<b><u>Referências Bibliográficas</u></b>	p.139

## Bibliografia

p. 140

## INTRODUÇÃO

No 10 de junho de 1990, aconteceu no Peru um aparente fenômeno político nunca antes acontecido na história desse país. Um obscuro candidato presidencial, que havia feito uma campanha com pouca presença na televisão (somente no segundo turno eleitoral ganhou maiores espaços na mídia), derrotava com uma ampla margem de votos ao candidato favorito nas pesquisas de opinião pública. Estamos falando aqui da vitória eleitoral que levou à presidência do Peru ao engenheiro Alberto Fujimori Fujimori, derrotando a um intelectual peruano de prestígio internacional, o escritor Mario Vargas Llosa.

Fujimori pertencia até poucas semanas antes das eleições gerais, ao grupo de candidatos "pequenos", que se apresentavam como candidatos à presidência da república, como uma maneira de prestigiar suas candidaturas ao Senado. Estes candidatos em seu conjunto, não ultrapassavam 1% ou 2% das intenções de voto. Poucos dias antes das eleições para o primeiro turno porém,

as pesquisas de opinião pública já apontavam um surpreendente crescimento das intenções de voto pela candidatura de Fujimori. Na cidade de Lima, que concentra mais da terceira parte da população do país, Fujimori contava com cerca de 10% do eleitorado a uma semana das eleições.

No dia 8 de abril de 1990, dia do primeiro turno das eleições, o fenômeno se confirmava. Vargas LLosca obteve apenas um 28% e Fujimori um 24% dos votos. No segundo turno, a opção do eleitorado peruano por Fujimori, foi definitiva: ele obteve um 57% dos votos enquanto que Vargas LLosca somente chegou a obter um 33%. Mas quais os fatores que levam ao eleitorado de um país, a eleger a um candidato sem passado político algum e virtualmente desconhecido pela opinião pública?

Para começar a tratar de encontrar uma resposta a esta incógnita, nos vemos na necessidade de, em primeiro lugar, entender que a reação do eleitorado deve estar relacionada com os fatos ocorridos durante a campanha eleitoral e esta por sua vez, deve estar relacionada com certos acontecimentos prévios que afetaram à sociedade onde o citado fenômeno eleitoral acontece. Nos vemos por isso, na necessidade de interpretar os resultados eleitorais, não como um fato isolado, não como um simples resultado em cifras, mas como o resultado de um processo ocorrido dentro de um contexto social e político. Este

primeiro raciocínio nos conduz à necessidade de delimitar e caracterizar a conjuntura política na qual ocorre o fenômeno.

No caso que aqui nos ocupa, podemos delimitar esta conjuntura desde a tentativa de confiscar os bancos privados do governo de Alan García Pérez em 1987, até o dia mesmo do segundo turno eleitoral de 1990. O ponto de partida desta conjuntura foi considerado deste modo porque a tentativa de confiscar os bancos, desatou aquilo que foi praticamente uma pré-campanha política de Vargas LLosá e que o terminou consagrando como candidato favorito nas eleições. Outro motivo para esta consideração, é o fato de que esta primeira intervenção política de Vargas LLosá, significava que a sociedade peruana começava a fazer um espaço para o surgimento de uma nova liderança política, embora estivesse apoiado por outras forças políticas tradicionais.

Estabelecida a delimitação da conjuntura onde se situa o processo eleitoral que dará lugar ao fenômeno que queremos entender, precisaremos reconstruí-la, através do relato dos seus principais acontecimentos e da descrição de alguns elementos importantes que nela intervieram, para poder chegar a uma compreensão global do processo e portanto, entender assim a natureza e origem do "fenômeno Fujimori".

Partindo de uma primeira observação sobre esta conjuntura, poderíamos afirmar que através dela conseguiríamos explicar como um candidato favorito numa eleição, termina não alcançando a vitória esperada. Mas isto, embora seja uma parte primordial na explicação do “fenômeno Fujimori”, deixa ainda alguns vazios para a pergunta principal que guia este trabalho: *quais os fatores que levam ao eleitorado de um país, a eleger a um candidato sem passado político algum e virtualmente desconhecido pela opinião pública?* Devemos portanto, levantar algumas outras perguntas que nos ajudem a dar resposta a nossa questão principal. Procedamos a levantar tais perguntas e seguidamente proporcionaremos alguns dados ou reflexões que nos servirão como ponto de partida para formular estas questões:

a) *Quais as condições para que numa sociedade surjam novas lideranças políticas?*

Na conjuntura peruana 1987-90, percebe-se claramente o surgimento de três novos líderes políticos: Vargas Llosa, Belmont Cassinelli e Fujimori. Cada um deles aparecerá em determinados momentos que consideramos desde agora como momentos chave para entender o seu surgimento. Devemos então tratar de esclarecer as condições particulares ao surgimento político de cada um deles e os elementos que eles apresentaram através de discursos ou atitudes para posteriormente tratar de traçar uma ou mais reflexões gerais que respondam a esta pergunta.

*b) Por que algumas lideranças políticas novas alcançam o pleno apoio popular e outras não?*

Dos três novos líderes citados linhas acima, dois conseguiram se eleger (Belmont Cassinelli e Fujimori) e um deles não (Vargas LLosa). Outro fato que se detectará na reconstrução da conjuntura, é que em determinado momento, Belmont Cassinelli tratará de canalizar o respaldo popular que havia conseguido, a favor de Vargas LLosa, mas não conseguirá tal objetivo.

*c) Qual é a importância do uso de recursos tecnológicos e dos conteúdos de discursos numa campanha eleitoral?*

Esta é outra inquietude surgida de uma primeira constatação dos fatos ocorridos durante a conjuntura que abordaremos, já que a candidatura de Vargas LLosa não obteve a vitória a pesar de contar com toda uma bem montada estrutura para realizar sua campanha eleitoral, enquanto que a candidatura de Fujimori, não se baseou nos recursos que tradicionalmente se interpretam como principais para realizar uma campanha.

*d) Podemos considerar a “expectativa do eleitor” como fator de importância numa eleição?*

Neste ponto, formulamos tal categoria (“expectativa do eleitor”), com base no fato que mais chama a atenção nesta conjuntura. Durante a campanha eleitoral para o primeiro turno, a candidatura de Vargas LLosa foi considerada como favorita, mas surpreendentemente, uma semana antes da eleição, uma nova

candidatura começa a crescer e chega a concorrer com a favorita. Trata-se de uma verdadeira surpresa ou de não ter detectado a tempo qual era o perfil do candidato ideal para o eleitorado peruano em 1990?

Tendo em vista os eleitores, podemos levantar de outra maneira a reflexão que nos levou a formular a pergunta inicial: as expectativas do eleitorado peruano, talvez não tenham sido devidamente consideradas pelo candidato favorito, mas elas existiam e procuravam algum candidato que preenchesse suas demandas.

Com estas questões nos dedicaremos a reconstruir a conjuntura peruana de 1987-90, tratando nesta reconstrução de fatos, de introduzir já alguns elementos de reflexão que possam nos ajudar a chegar posteriormente a algumas conclusões.

No primeiro capítulo desta pesquisa reconstruiremos os antecedentes políticos mais imediatos a campanha eleitoral: os relativos à tentativa de estatizar os bancos privados no Peru. Veremos então qual o contexto e a justificativa desta proposta de reforma da administração pública peruana e como foi canalizada a reação da sociedade diante desta proposta, por meio da liderança assumida pelo escritor Vargas Llosa. Já nesse momento, observaremos que a intervenção política do escritor, se realiza com o apoio de

forças políticas tradicionais e notaremos como se introduziram certos valores nos discursos a favor e em contra da tentativa de expropriar os bancos.

No segundo capítulo, nos ocuparemos da formalização da figura política de Vargas LLosa, como evoluiu sua atuação pública até constituir uma nova agrupação política que liderada pelo escritor, realizaria uma aliança formal com outras duas agrupações tradicionais da política peruana, lançando sua candidatura presidencial para 1990. Observaremos também que um rompimento temporal desta aliança, terá certas conseqüências consideráveis na opinião pública. Nesta evolução, deixaremos em claro que esta aliança tinha antecedentes específicos em relacionamentos anteriores que o escritor mantivera com esses partidos políticos.

No terceiro capítulo observaremos como o eleitorado peruano optará por confiar o seu voto a uma outra nova liderança política, destacando quais suas características e os pontos principais do seu discurso. Também citaremos os pontos principais do discurso eleitoral de Vargas LLosa e de sua campanha política. Ainda neste capítulo, citaremos os primeiros indícios do surgimento político de Fujimori e alguns elementos de sua campanha, assim como os pontos principais de uma campanha que atacou duramente a candidatura de Vargas LLosa. Finalmente, proporcionaremos os resultados do primeiro turno eleitoral.

No quarto capítulo citaremos e analisaremos os principais pontos dos discursos de Vargas LLosá e de Fujimori durante sua campanha eleitoral para o segundo turno e citaremos alguns fatores relacionados à identidade da sociedade peruana que se refletiram durante esta fase da campanha. Também proporcionaremos informação sobre o debate televisivo que ambos candidatos mantiveram no final da campanha. Terminaremos o capítulo, mostrando dados de pesquisas feitas pouco antes do dia da eleição, assim como os resultados obtidos.

No quinto e último capítulo, registraremos as conclusões tiradas com base na análise da conjuntura peruana de 1987 a 1990.

Neste ponto, devemos esclarecer aqui que para a reconstrução desta conjuntura recorreremos aos testemunhos que sobre a campanha eleitoral deixaram o escritor Mario Vargas LLosá e o seu porta-voz de imprensa, o filho do escritor, Álvaro Vargas LLosá. Também recorreremos a relatos e análises que sobre esta conjuntura fizeram outros autores, que vivenciaram este processo. Recorreremos também à consulta de dados de pesquisas de opinião pública realizadas na época por duas empresas peruanas, consideradas entre as mais importantes no seu ramo: *Apoyo S.A.* e a *C.P.I.-Compañía Peruana de Investigación de Mercados S.A.* Levantamos também dados dos arquivos dos jornais peruanos *El Comercio* e *La República*, assim como das hemerotecas

da Biblioteca Nacional do Peru e da *Pontificia Universidad Católica del Perú*.  
Por último, devemos deixar claro que nesta reconstrução dos fatos, está presente nossa própria observação direta da evolução dos acontecimentos, com todas as considerações em prol e em contra que isto acarreta.

## Capítulo I

### OS ANTECEDENTES POLÍTICOS

#### **1.1) O projeto de estatização dos bancos privados no Peru.**

##### **a) A mensagem presidencial de 1987.**

O dia da independência do Peru é comemorado a cada 28 de julho, em recordação à proclamação da independência que nessa data, no ano de 1821, fez o General argentino José de San Martín, caudilho dos principais movimentos independentistas das então colônias espanholas na América do Sul.

Mas além do feriado e da comemoração da independência, essa data tem servido para ser a ocasião em que os governantes desse país dirigem uma mensagem ao Congresso, discursada da sede do Poder Legislativo. Quando o governante é empossado nesse cargo, a mensagem presidencial anuncia à nação, através do Congresso, o plano de governo para os próximos cinco anos.

Depois do primeiro ano e até o final do seu mandato, o governante costuma valer-se da mensagem presidencial do 28 de julho, para fazer uma avaliação pública da gestão governamental do ano que passou e anunciar ao país as principais ações de governo para o ano seguinte. E desde que existiram os meios disponíveis, essa mensagem é transmitida ao vivo e em rede nacional pela televisão.

O 28 de julho de 1987, a situação protocolar do discurso era a mesma que a de costume, mas um dos anúncios do Presidente Alan García Pérez, provocaria pouco menos que um terremoto político.

García Pérez no poder, representava o triunfo eleitoral de uma antiga agrupação política, depois de uma longa trajetória histórica. Ele pertencia ao *APRA*<sup>1</sup>, o partido político mais antigo do Peru, que apesar do seu papel protagônico na história política contemporânea peruana, nunca havia conseguido eleger o seu próprio candidato à Presidência da República.

O *APRA* surgiu oficialmente no Peru em 1930, como um partido de multidões e com propostas anti-oligárquicas e anti-imperialistas. Em 1931, perdeu as eleições e acusou de fraude eleitoral ao governo eleito de Sánchez

---

<sup>1</sup> A *Alianza Popular Revolucionaria Americana (APRA)*, é uma organização política fundada pelo peruano Víctor Raúl Haya de la Torre em 1924, durante o seu exílio no México. Registrada oficialmente no Peru como *Partido Aprista Peruano (PAP)*, será citada nesta pesquisa, da maneira como é conhecida popularmente no Peru: *APRA*.

Cerro, quem clausurou os locais do partido e deportou os deputados apristas eleitos. O *APRA* ficou na clandestinidade até 1933 e é declarado novamente ilegal em 1934. Mesmo assim, influiu no triunfo eleitoral de Manuel Prado em 1939. Volta à legalidade em 1945, onde forma parte de uma frente eleitoral que leva à Presidência da República a José Luis Bustamante y Rivero em 1945.

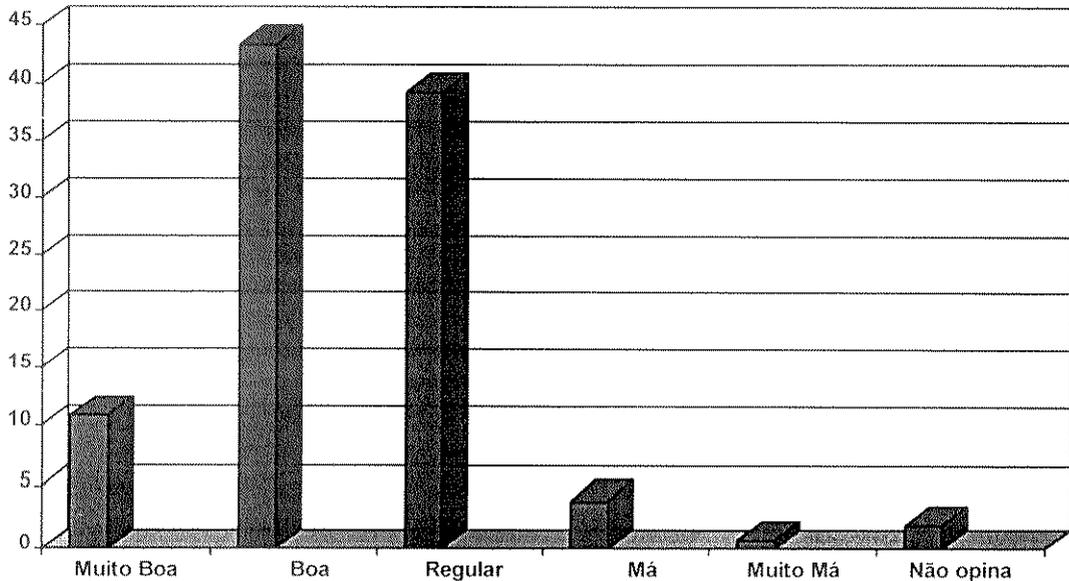
Em 1948 o partido aprista novamente é declarado ilegal e mesmo com seus líderes presos ou deportados, continua tendo uma forte influência nos acontecimentos políticos. Em 1956 o ditador Manuel Odría convoca a eleições gerais e permite a reaparição legal do *APRA*, que possibilita o novo triunfo eleitoral do ex-presidente Manuel Prado. Nas eleições de 1962, o *APRA* apresenta seu próprio candidato presidencial: o fundador do partido, Víctor Raúl Haya de la Torre, quem apesar de ter alcançado a maior votação, não atingiu mais da terceira parte dos votos como a lei exigia; cabia ao Congresso designar o Presidente entre os três candidatos mais votados, mas houve um golpe de estado e novas eleições foram convocadas para 1963. Nesse ano, foi eleito Fernando Belaúnde Terry de *Acción Popular (AP)*, em aliança com o partido *Democracia Cristiana*.

Em 1968 o General Juan Velasco Alvarado lidera um golpe de estado contra Belaúnde Terry e a ditadura militar passa a governar o país até 1980, quando o Presidente militar Francisco Morales Bermúdez Cerruti, convoca a

novas eleições gerais, tendo convocado previamente a eleições em 1978 para realizar uma Assembléia Constituinte que liderada pelo *APRA*, elaborou a Constituição de 1979. Nas eleições de 1980 foi eleito o ex-presidente Belaúnde Terry, e depois do grande fracasso do seu governo em aliança com o *Partido Popular Cristiano (PPC)*, em 1985 o *APRA* conseguia eleger pela primeira vez em cinquenta anos de atuação política, ao seu próprio candidato: o carismático Alan García Pérez, que com 33 anos de idade, tornou-se o mais jovem Presidente da história do Peru.

Nos seus dois primeiros anos de governo, García Pérez não havia decepcionado muito à população, pois os preços de alimentos e muitos produtos e serviços de primeira necessidade estavam subsidiados ou contidos pelo governo, de tal maneira que até janeiro de 1987, os índices de popularidade do Presidente ainda eram muito altos:

### Como avaliaria a gestão pública do Presidente Alan García Pérez?



Margem de erro: 3,2%

Fonte: Apoyo S.A.<sup>2</sup>

Mas o fato é que toda aquela bonança financeira era fruto de uma economia com uma inflação contida artificialmente e apoiada na devastação dos depósitos que o país mantinha no exterior e no *Banco Central de Reserva* do próprio país<sup>3</sup>. Havia-se chegado portanto, a um ponto no qual era necessário proceder a alguma medida drástica para obter um novo fluxo de

<sup>2</sup> Gráfico elaborado com base nos dados de *Apoyo S.A.*: “Informe de Opinión” de Julho de 1987, p.6.

<sup>3</sup> Outros autores que têm escrito sobre esta conjuntura, afirmam que o programa de reativação econômica no Peru durante o governo do *APRA*, teve por único sustento a dilapidação das reservas do país (Daeschner 1993, Vargas LLosá 1993, Zuzunaga Flórez 1992).

dinheiro. O governo do *APRA* ensaiou então uma medida, que aparentemente concordaria com sua retórica de realizar a redistribuição da renda nacional, para chegar a uma distribuição mais justa: propor o confisco da propriedade dos bancos, financeiras e companhias de seguros do setor privado, a favor do Estado.

### **b) O protesto dos intelectuais.**

A mensagem presidencial de 1987, desatou uma grande polêmica em diversos setores da sociedade peruana. De um lado, a grande maioria da bancada oficialista no Congresso, defendia plenamente a proposta do Presidente García Pérez com o apoio explícito dos políticos da *Izquierda Unida*<sup>4</sup> (*IU*), que mantinha uma aliança com o *APRA* no Poder Executivo. De outro lado, os banqueiros e empresários, protestavam contra a proposta estatizadora. Do mesmo modo, jornais, emissoras de rádio e televisão, manifestavam-se a favor ou em contra do anúncio presidencial.

Para os partidários da medida, tratava-se de uma reivindicação do povo, já que com a estatização dos bancos se realizaria a "socialização" dos meios

---

<sup>4</sup> Com o nome de *Izquierda Unida (IU)*, vários partidos da esquerda peruana se agruparam numa aliança política com a qual concorreram às eleições municipais de 1983 e às eleições gerais de 1985 e de 1990.

financeiros do país, derrotando o poderio dos oligarcas. Para outros, tudo não passava de uma medida confiscatória e anticonstitucional.

Vejamos, a título de ilustração, como três dos jornais peruanos de maior veiculação nacional, refletiram em suas editoriais, os pronunciamentos a favor ou contra da estatização. O jornal *El Comercio*, o mais antigo do país, após de adotar num primeiro momento uma postura de prudente advertência em contra da estatização<sup>5</sup>, chegou a condená-la abertamente:

"El Gobierno ha invocado, como fundamento de su proyecto, la necesidad de democratizar el crédito.

(...) Se dice que hay 'un monopolio del crédito'. Pero ¿al expropiar este sector pequeño de la banca privada no va a consolidarse un monopolio en manos del Estado?

(...) Esperamos, pues, en este momento de peligro para el futuro de la democracia peruana, que el Parlamento sepa cumplir, con altura, con su deber"

*El Comercio*, 4 de agosto de 1987

---

<sup>5</sup> *El Comercio*, 29 de julho e 1ro. de agosto de 1987.

Uma das primeiras reações do jornal *La República*, foi a de convocar o apoio da opinião pública peruana, para a proposta do governo<sup>6</sup>, e posteriormente passou a insinuar que os grandes interessados em se posicionar em contra da proposta, eram os setores da direita peruana. Ao mesmo tempo, dava sua aprovação tácita ao projeto de García Pérez, não apresentando em nenhum momento um questionamento de fundo sobre a estatização, limitando-se apenas a expor preocupações sobre qual a maneira mais adequada de realizá-la:

"La aprobación en el Congreso de una ley que expropiará a los actuales propietarios de bancos, financieras y compañías de seguros ya es prácticamente un hecho (...)

(...) La derecha vaticina apocalipsis para las libertades y la democracia.

(...) La izquierda ha saludado la iniciativa con diversos grados de énfasis (...)

(...) En resumen todos, casi sin excepción, estaríamos más tranquilos si a la fórmula propuesta por el gobierno y próxima a ser aprobada se perfeccionase garantizando a los usuarios del

---

<sup>6</sup> *La República*, 30 de julho de 1987.

crédito la posibilidad de optar por algo más que un banco estatal.”

*La República*, 5 de agosto de 1987

O jornal *Expreso*, depois de um primeiro momento de ambigüidade<sup>7</sup>, passou a contestar um dos principais argumentos que usara García Pérez para justificar sua proposta:

“Ni la democracia, ni el desarrollo, ni la justicia son compatibles con el poder absoluto del Estado. Por eso EXPRESO quiere dejar claramente establecida su oposición absoluta y tajante al proyecto de ley de estatización de toda la banca y los seguros. Por la sencilla razón de que puede convertirse en el punto de partida, consciente o inconsciente, deliberado o involuntario, de una cadena incontenible de estatizaciones de la industria, obligada por las necesidades de inversión, que termine en una

---

<sup>7</sup> *Expreso*, 29 de julho de 1987.

economía y una sociedad aplastadas por un Estado tan autoritario como inútil.

(...) No hay razón histórica ni económica ni ética que justifique la estatización de toda la banca. Si el argumento es que el crédito no era democrático, entonces habrá que decir que no lo era en un 80% por culpa del Estado, que es el propietario de ese 80% del poder bancario. Para democratizarlo bastaría con ordenarlo, o con establecer porcentajes y prioridades, castigando al que no cumple. Para ello está la Superintendencia de Banca y Seguros."

*Expreso*, 2 de agosto de 1987

Nesse contexto de ataques e defesas, além de políticos e jornalistas se posicionando a favor ou em contra da estatização, surgiu também a voz de um dos intelectuais peruanos de maior projeção internacional. No dia 2 de agosto, o laureado escritor Mario Vargas LLosá, publica no jornal *El Comercio* o artigo *Hacia el Perú totalitário*<sup>8</sup>. Com esse artigo, Vargas LLosá manifestava publicamente sua oposição à estatização e daria início à sua carreira política:

---

<sup>8</sup> *Rumo ao Peru totalitário.*

"La decisión del gobierno de Alan García de estatizar los bancos, las compañías de seguros y financieras, es el paso más importante que se ha dado en el Perú para mantener a este país en el subdesarrollo y la pobreza y para conseguir que la incipiente democracia de que goza desde 1980, en vez de perfeccionarse, se degrade, volviéndose ficción.

A los argumentos del régimen según los cuales este despojo (...) se lleva a cabo para transferir aquellas empresas de 'un grupo de banqueros a la Nación', hay que responder: 'Eso es demagogia y mentira'. La verdad es ésta. Aquellas empresas son arrebatadas (...) para ser confiadas a burócratas que, en el futuro (...) las administrarán en provecho propio y en el del poder político a cuya sombra medran.

(...) La ineficiencia y la inmoralidad que acompañan, como su doble, a las estatizaciones y a las nacionalizaciones, se originan principalmente en la dependencia servil en que la empresa transferida al sector público se halla del poder político.

(...) no hay democracia que sobreviva a una acumulación tan desorbitada del poder económico en manos del poder político.

(...) Su primera víctima será la libertad de expresión. (...) los diarios, estaciones de radio y de televisión (...) Convertido en el

primer anunciador del país, bastará que los chantajee con el avisaje. O que, para ponerlos de rodillas, les cierre los créditos, sin los cuales ninguna empresa puede funcionar.

(...) Ciudadanos, instituciones y partidos democráticos debemos tratar de evitar que nuestro país (...) se convierta en una pseudo democracia manejada por burócratas incompetentes donde sólo prosperará la corrupción".

Mario Vargas LLosa, "Hacia el Perú totalitario",

*in: El Comercio*, 2 de agosto de 1987

Enquanto políticos, empresários e jornalistas faziam os seus pronunciamentos, nos primeiros dias de agosto, os funcionários de alguns bancos, financeiras e companhias de seguro privados, fizeram marchas de protesto em contra da estatização nas ruas das cidades de Lima (capital), Arequipa e Piura.

Mario Vargas LLosa afirma que com a finalidade de apoiar os protestos dos funcionários das empresas a ser estatizadas, se reúne com os arquitetos Luis Miró Quesada, Frederick Cooper e Miguel Cruchaga, juntamente com o pintor Fernando de Szyszlo, para redigir um manifesto em contra da estatização e coletar assinaturas de aderentes (Vargas LLosa 1993: 40).

Um dia depois de publicado o artigo de Vargas LLosá, em vários jornais do país é publicado o manifesto *Frente a la amenaza totalitaria*<sup>9</sup> assinado por cem pessoas, entre as que se encontravam artistas, intelectuais, políticos da oposição e empresários, liderados pelo escritor. Eis o trecho principal desse manifesto:

“Ante el proyecto de estatización de los bancos, seguros y financieras presentado al Congreso de manera sorpresiva por el Poder Ejecutivo, los firmantes queremos protestar públicamente. La estatización por sus enormes e inevitables consecuencias representa un cambio radical de signo ideológico contrario a los sentimientos democráticos de la gran mayoría de peruanos, incluidos los independientes y apristas que votaron por Alan García.

La concentración del poder político y económico en el partido gobernante podría significar el fin de la libertad de expresión y en última instancia, de la democracia.”

*El Comercio*, 3 de agosto de 1987

---

<sup>9</sup> *Diante da ameaça totalitária.*

O mesmo manifesto, foi lido por Vargas LLosa na televisão. Dessa maneira, o escritor começava a assumir diante da opinião pública peruana, a liderança na oposição à proposta de estatização do governo do Presidente García Pérez.

Para Mario Vargas LLosa (1993: 36-39), a tentativa do governo de García Pérez de expropriar os bancos, financeiras e seguradoras, escondia outros propósitos políticos: tratar-se-ia de uma manobra do *APRA* para se perpetuar no poder, já que com o controle total das empresas do setor financeiro, o *APRA* desde o governo, passaria a controlar também os créditos que poderiam ser concedidos às empresas particulares, e entre elas, aos meios de comunicação. Desse jeito, segundo o ponto de vista de Vargas LLosa, os meios de comunicação no Peru, ficariam submetidos ao Poder Executivo se quisessem obter créditos ou inclusive publicidade de empresas tão importantes como as financeiras. Em poucas palavras: o *APRA* desde o governo, condicionaria a sobrevivência dos meios de comunicação; a liberdade de imprensa não deixaria de existir, porém, estaria submetida aos planos do partido governante, entre eles, uma reforma constitucional que permitisse a reeleição imediata do Presidente García Pérez e provavelmente à institucionalização de uma democracia de partido único.

É desde esta perspectiva -a da defesa de uma democracia plena- que o escritor Vargas LLosa assume a liderança dos protestos contra a estatização. Ele não estava questionando a competência ou não do Estado como administrador de empresas nem estava enfatizando a ilegalidade ou um provável caráter anticonstitucional da estatização. O protesto de Vargas LLosa era em contra dos eventuais perigos que essa medida poderia trazer para a democracia peruana. Foi essa a orientação que Vargas LLosa deu ao seu posicionamento, e foi essa a perspectiva que aquele manifesto ofereceu ao resto da sociedade peruana: a de um grupo de intelectuais e cidadãos, que independentes de qualquer filiação política, se pronunciavam em defesa da democracia.

## **1.2) Dividindo a opinião pública.**

### **a) Totalitarismo vs. Liberdade.**

Desde o anúncio do Presidente García Pérez, a estatização dos bancos se converteu num dos principais temas abordados nos diversos meios de comunicação peruanos durante o ano de 1987. Mas muito além da reiteração deste tema, é importante destacar as idéias-valores que se asignaram às posições a favor e em contra da medida estatizadora.

Desde a posição dos que defendiam a estatização, se argumentaram várias razões, todas as quais passavam pela orientação de que tal medida significaria uma real prática socialista, uma revolução popular ou o acesso popular aos meios financeiros. Já desde a perspectiva contrária à estatização, encontramos um discurso no qual não se defendem os interesses particulares dos donos das seguradoras, financeiras e bancos, mas um discurso, que como já apontávamos no parágrafo anterior, se fazia em torno da pretendida defesa da democracia. Vejamos nestes exemplos, como desde cada posição, se contestava ao argumento contrário:

"El discurso neoconservador levantado por la derecha virulenta acusa sin prueba alguna, al Gobierno de 'Totalitario' y se proclama a sí misma defensora de 'La Libertad'.

(...) Aquí se quiere defender el privilegio y el poder de los banqueros y, más allá de eso, desestabilizar a un gobierno popular para recobrar el poder (...)

Ignacio Sánchez M., "Los totalitarios"

*in: La República, 7 de setembro de 1987*

"(...) Uno de los argumentos más controversiales de la decisión del gobierno de estatizar las empresas bancarias (...) es el relativo a la 'democratización del crédito'(...)

(...) hay una manifiesta intención de politizar el crédito y no de democratizarlo.

(...)¿Y a quienes nombrará el Presidente de la República para tales cargos de confianza (...) en las entidades que se quiere estatizar? Pues no se requiere de gran perspicacia o malicia para aseverar que será a sus 'compañeros' de Partido, socios políticos, allegados (...)

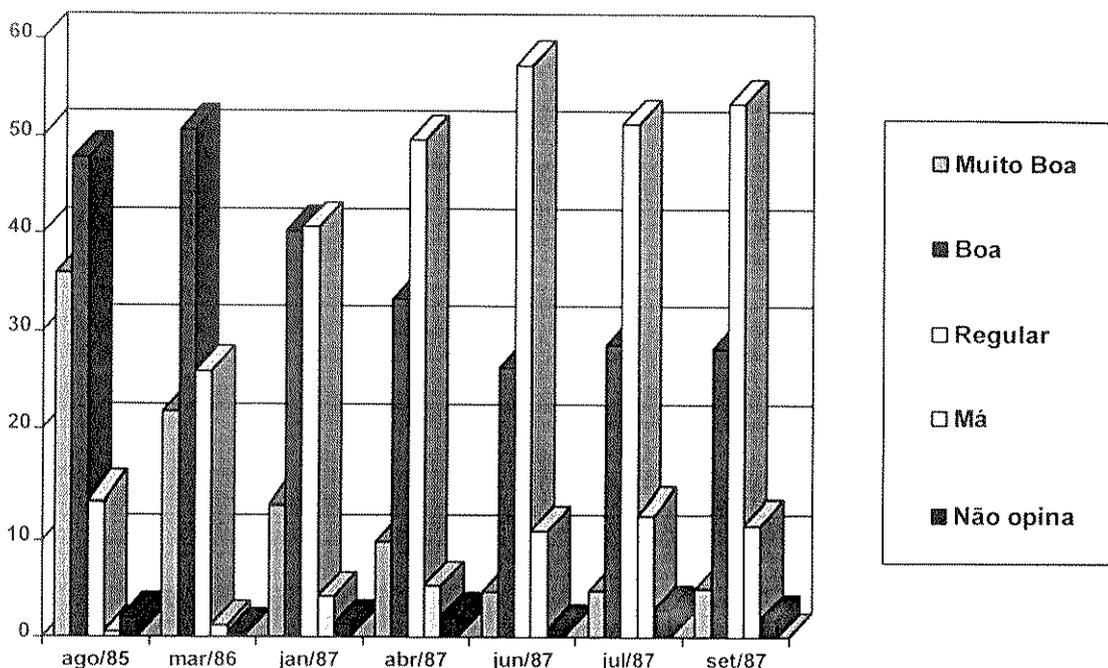
Alvaro LLona Bernal, "¿Democratización o politización del crédito?"

*in: El Comercio, 14 de agosto de 1987*

Neste ponto do trabalho, devemos deixar em claro que não é nossa pretensão, estabelecer se realmente os partidários da estatização lutavam pela democratização do sistema financeiro no Peru, ou se os adversários da estatização realmente defendiam a democracia. O importante, é discernir que tais categorias foram introduzidas nos discursos a favor ou em contra da estatização, e desse modo foram divulgados e registrados nos meios de comunicação peruanos nesse contexto. Pois é preciso verificar assim, que tanto em um lado como no outro, cada posição passava à opinião pública outras idéias-valores que iam muito além de uma posição administrativa.

É importante destacar também que, já no ano de 1987, o Presidente García Pérez começava a ter alguma queda nos índices de aprovação da sua gestão, em comparação aos altos índices alcançados em anos anteriores:

### Quadro comparativo da avaliação da gestão de García Pérez



Fonte: C.P.I.<sup>10</sup>

O discurso do governo de García Pérez, girava em torno da democratização do sistema financeiro. O discurso de Vargas Llosa, tinha como eixo a defesa da democracia sob uma palavra chave: "liberdade", e a aberta acusação da administração de García Pérez de se revelar com a tentativa da estatização, como um regime "totalitário". E eis aqui que entra a importância do

<sup>10</sup> Gráfico elaborado com base nos dados de C.P.I.: Arquivos de Setembro de 1987, Vol. VIII, parte "A".

fator da queda dos índices de aprovação pública da gestão de García Pérez, já que diante da opinião pública estava sendo construído um cenário no qual um personagem político desgastado (García Pérez) estava sendo confrontado por um novo personagem na política com um forte prestígio intelectual (Vargas LLosa).

García Pérez tratava neste contexto de ganhar pontos diante da opinião pública, oferecendo o acesso dos setores populares ao sistema financeiro, enquanto acusava a Vargas LLosa de ser defensor dos oligarcas. Por sua vez, Vargas LLosa instava à população a fazer uma escolha: optar pelo "totalitarismo" ou lutar pela "liberdade". Nesse contexto, a vantagem de Vargas LLosa era a de se apresentar sem antecedentes no exercício do poder político.

### **b) Vargas LLosa como líder da oposição.**

Do confronto de posições a favor e em contra da estatização podemos estabelecer dois fatos objetivos: por um lado, encontramos um Presidente que havia sido eleito com uma alta votação em 1985, mas que depois de dois anos, já acusava um desgaste diante da opinião pública. Por outro lado, temos a figura de um intelectual de prestígio internacional, incursionando ativamente na política e se colocando frontalmente contra o governo.

Vargas LLosa foi tomando pouco a pouco uma liderança visível e indiscutível do movimento em contra do projeto de Alan García Pérez. Do protesto intelectual no seu artigo jornalístico, passou a liderar o manifesto publicado em jornais e a ser entrevistado em televisão sobre o tema. Mas logo depois passou a usar meios mais tradicionais ainda na política: convocou um comício realizado em praça pública na cidade de Lima e transmitido em direto pelos principais canais de televisão a todo o país. Dias depois realizou outros comícios na cidade de Arequipa e Trujillo, que contaram também com a transmissão da televisão.

Mario Vargas LLosa afirma que dois amigos dele, Felipe Thorndike e Frederick Cooper, haviam tido reuniões com "grupos de independentes" e que após essas conversações, surgiu a idéia de que ele poderia convocar e liderar um comício com a finalidade de rejeitar a atitude estatista do governo. Com esse objetivo, outros três amigos de Vargas LLosa organizaram o evento, que foi coordenado pelo ex-dirigente do partido *Acción Popular*, Miguel Cruchaga. Colaboraram com ele o empresário Miguel Vega Alvear e o professor universitário Luis Bustamante Belaúnde (Vargas LLosa 1993: 41-43). No dia 21 de agosto de 1987, Vargas LLosa liderou o comício que foi convocado sob o nome de "Encontro pela Liberdade" e que foi realizado na praça San Martín no centro da cidade de Lima e muito próximo ao Palácio do Governo.

Segundo a revista *Sí* do 24 de agosto de 1987, cento e trinta mil pessoas acudiram ao comício que contou até com um "hino à Liberdade", previamente preparado e ensaiado para essa ocasião. Depois de terminado o evento, o escritor se encaminhou até a sede do Poder Judiciário onde num gesto simbólico, entregou a parlamentares dos partidos *Acción Popular* y *Partido Popular Cristiano* várias folhas de adesões de cidadãos que se opunham à estatização.

Na avaliação que o escritor faz sobre as conseqüências do comício em Lima, ele teve cinco resultados concretos (Vargas LLosa 1993: 44):

- a) Se conseguiu que o governo do *APRA* não realiza-se a estatização.
- b) Impediu a provável reeleição de García Pérez.
- c) Inaugurou o pensamento liberal no meio político peruano.
- d) Devolveu a capacidade de iniciativa aos partidos de oposição (*Acción Popular* e *Partido Popular Cristiano*).
- e) Forjou as bases para a criação da *Frente Democrático (Fredemo)* e para lançar a sua própria candidatura presidencial.

Mas o fato de maior transcendência naquela conjuntura, é que esta manifestação pública consolidou a imagem de Vargas LLosa como líder indiscutível da oposição à estatização dos bancos, e de um modo geral, como líder opositor ao governo do *APRA*. Seguindo esse caminho, Vargas LLosa

liderou outros dois comícios similares, no dia 26 de agosto na cidade de Arequipa e no dia 2 de setembro na cidade de Piura.

### **c) A identificação do governo do APRA com a esquerda.**

Os partidos e lideranças da esquerda ajudaram a fortalecer a aparente divisão da opinião pública do país. Eles além de apoiar publicamente o projeto de García Pérez, acusavam a Vargas Llosa de ser um representante dos donos dos bancos privados do país e até propunham ao governo do *APRA*, que tomasse medidas mais duras nesse processo.

O governo do *APRA* já havia contado com a participação minoritária de membros da esquerda, mas nesta conjuntura, o *APRA* passou a projetar uma imagem que na opinião pública se confundia com as acusações de "comunistas" e "totalitários" que até então não tinha e que o *AP* e o *PPC*, e em algum grau o movimento *Libertad* de Vargas Llosa, faziam.

## Capítulo II

### A CANDIDATURA DE VARGAS LLOSA

#### **2.1) A criação do espaço político dos "independentes".**

Nesta parte do trabalho se pretende fazer um relato dos fatos ocorridos até a formação do *Movimiento Libertad* que será a agrupação política que apresentará a candidatura de Vargas Llosa à Presidência da República. Mas nesta revisão dos fatos, se pretende deixar em claro como foi articulada a formação de *Libertad*, como se fosse uma expressão espontânea das pessoas que não tinham nenhuma militância política mas que queriam ter uma participação direta na vida política do país para tomar posições em circunstâncias como a da estatização dos bancos privados; ainda que na verdade fosse a expressão de um grupo de empresários e intelectuais peruanos que queriam entrar na atividade política contando principalmente com o apoio de dois partidos políticos tradicionais e de uma parcela da classe media

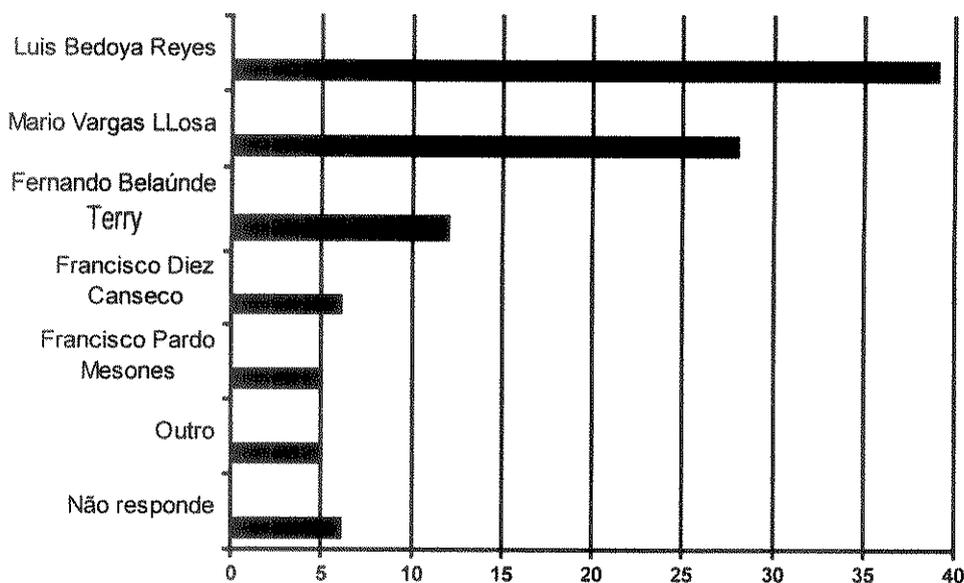
peruana, visando as eleições presidenciais de 1990 e tendo como pretexto para fazer sua estréia na política, o caso da estatização dos bancos. Mas de um jeito ou de outro, desde o comício na praça San Martín, o movimento de protesto contra a estatização dos bancos se constitui na única resposta da população ao governo, diante da falta de reação efetiva dos partidos da oposição, tal como o faz notar Alvaro Vargas LLosca (1991: 16). Daeschner (1993: 55-56) por sua vez, afirma que o comício da praça San Martín marca o renascimento da direita política peruana, mas afirma que também serviu para demonstrar a existência dos independentes políticos: cidadãos de diferentes níveis sócio-econômicos que começaram a mostrar o seu descontentamento com a classe política peruana tradicional.

#### **a) As aproximações entre Vargas LLosca e a AP e o PPC.**

Antes e durante a formação do movimento *Libertad*, Vargas LLosca e os seus colaboradores já atuavam como se fossem um grupo político independente dos partidos existentes até então. Porém, em toda essa

evolução, foi evidente as contínuas reuniões que Vargas LLosa e o seu grupo manteve com as lideranças da *Acción Popular* e do *Partido Popoular Cristiano*. Com isto, se quer demonstrar que apesar do discurso de independência política de Vargas LLosa e dos seus seguidores, foi muito evidente desde um primeiro momento que o seu projeto político incluía uma aliança eleitoral com os dois partidos mencionados, e por tanto, diante da opinião pública, de uma ou outra maneira ele já estava posicionado como um líder de direita ou pelo menos, como uma liderança nova (a de Vargas LLosa) de dois partidos políticos com antecedentes de desgaste diante da opinião pública. Já em dezembro de 1987, uma pesquisa mostra que o escritor seria um bom candidato de uma aliança política que teria a *AP* e o *PPC* como principais componentes:

**Quem você acredita que seria o melhor candidato para uma frente eleitoral em 1990, formado por AP, PPC, Frenatraca, Sode e Unión Cívica Independiente?**



**Fonte:** Apoyo S.A.<sup>1</sup>

*Acción Popular* surge em 1956 sobre as bases do *Frente de Juventudes Democráticas*, uma organização de origem universitária composta por jovens

<sup>1</sup> Gráfico elaborado com base nos dados de Apoyo S.A.: "Informe de Opinión Pública" de Dezembro de 1987, p.30.

recém-formados, que propunha a postulação à Presidência de um candidato jovem, sem vínculos com o poder político tradicional, que realizara uma renovação política no país. O *Frente de Juventudes Democráticas*, designou ao arquiteto e professor universitário Fernando Belaúnde Terry, para ser o seu candidato. Desde então, a história de *Acción Popular* estará intimamente ligada à trajetória e pensamento de Belaúnde Terry.

Nas eleições de 1956, Belaúnde Terry alcança o segundo lugar. Em 1962 volta a alcançar o segundo lugar, apresentando-se já como candidato por *AP*. Depois do golpe de estado, é eleito Presidente da República nas eleições de 1963. Um ano antes de terminar o seu mandato, em 1968, é deposto pelo golpe militar de Velasco Alvarado. Em 1980 será eleito novamente, iniciando a reinstalação da democracia, depois de doze anos de ditadura militar.

Tuesta Soldevilla afirma (1994: 37) que a ideologia da *AP* é uma das mais difusas de todos os partidos representativos do Peru.

O *Partido Popular Cristiano (PPC)* nasce em 1966 como fruto de uma divisão no partido *Democracia Cristiana*. O *PPC* colaborou com o governo da *AP* de 1963-1968 e também no segundo governo de Belaúnde Terry entre 1980-1985, compartilhando com *AP*, do mesmo desgaste diante da opinião

pública peruana. Partido pequeno e de importância na cidade de Lima, o *PPC* porém, nunca atingiu uma grande presença a nível nacional, e tem sido percebido desde a reinstauração da democracia em 1980, como o partido das classes medias altas e de um modo geral, como o partido da burguesia limenha.

Tal como já o havíamos mencionado, desde a organização do comício da praça San Martín, o núcleo que promoveu este evento, atuou como uma organização política tradicional. O comício foi divulgado com antecipação por meio de cartazes, grafites em paredes e distribuição de panfletos. Mas além disso, os próprios assistentes do comício, foram mobilizados pelos organizadores do evento até a praça San Martín, por meio de ônibus especialmente fretados para tal ocasião. Vale a pena destacar também o fato de que o principal organizador do comício, Miguel Cruchaga, já havia militado no partido *Acción Popular* e que estava emparentado diretamente com o líder desse partido, o ex-presidente Belaúnde Terry, de quem Cruchaga era sobrinho. No mesmo dia do comício, depois de terminado este, Vargas Llosa entregou assinaturas de aderentes ao protesto contra a estatização, a

parlamentares de *Acción Popular* e do *Partido Popular Cristiano*, e não de outros partidos.

Mas as aproximações com a política tradicional, não eram inteiramente novas no caso de Vargas LLosá. Ele admite que durante o segundo governo de Belaúnde Terry (1980-1985), recebeu convites do então Presidente para se desempenhar como Embaixador em Londres e em Washington, também lhe foram oferecidos os cargos de Ministro de Educação, Ministro de Relações Exteriores e o cargo de Presidente do Conselho de Ministros (Primeiro Ministro)<sup>2</sup>. Também foi convidado por Belaúnde Terry a se apresentar como candidato presidencial da *Acción Popular* e do *Partido Popular Cristiano*, como uma forma de revitalizar a imagem desgastada de ambos partidos para as eleições de 1985; embora em todos os casos, ele não tenha aceitado nenhuma das propostas por "desinteresse pessoal" e por "não contar com o pleno apoio da AP e do PPC" (Vargas LLosá 1993: 87-89). Além desses antecedentes, Vargas LLosá presidiu em 1983 (a pedido do então Presidente Belaúnde Terry), uma Comissão Especial para apurar as circunstâncias em que oito jornalistas peruanos foram assassinados no interior do país<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> O intermediário entre Belaúnde Terry e Vargas LLosá nesses convites, foi justamente Miguel Cruchaga, já citado como principal organizador do comício.

<sup>3</sup> Numa remota região dos Andes peruanos, Uchuraccay (na província de Huanta, departamento de Ayacucho), oito jornalistas de Lima, foram brutalmente torturados e mortos. Apesar da insistência em

Há em Vargas LLosa, ao igual que em outros intelectuais, um permanente interesse pela atividade política, interesse que no seu caso particular o conduz desde as suas simpatias socialistas de juventude até a sua atuação política plena a partir de 1987, tal como o faz notar Zuzunaga Flórez<sup>4</sup> (1992: 43) e também o próprio filho do escritor, Alvaro Vargas LLosa (1991: 13-14). Mas o nosso propósito aqui foi o de citar fatos concretos, nos quais as aproximações e o seu posterior envolvimento ativo na política, passam por contatos, simpatias e finalmente alianças com a *AP* e o *PPC*, forças políticas percebidas pela população peruana como conservadoras.

Mas para ver as articulações de Vargas LLosa com esses dois partidos políticos, é preciso reconstruir um pouco a trajetória do escritor, depois dos comícios em contra da estatização.

No dia 2 de outubro de 1987, Vargas LLosa viaja de volta à Europa. De fato, o escritor fazia muitos anos atrás que morava a maior parte do ano na

---

diversos meios de comunicação peruanos e internacionais (como foi o caso do *Time* de Londres), de que aquele crime foi executado por militares disfarçados de camponeses, para evitar a publicação de informações que comprometiam às forças armadas na massacre de povoados civis, a Comissão presidida por Vargas LLosa, não encontrou provas para acusar militares como autores do crime.

<sup>4</sup> Zuzunaga Flórez esteve envolvido diretamente na campanha eleitoral de Vargas LLosa, como candidato ao Senado pela aliança *Fredemo* e como encarregado da “Escola de Dirigentes” do *Movimiento Libertad*.

Europa e em algumas temporadas via ao Peru junto com a sua família. A atuação política de Vargas LLosa acontece justamente num dos períodos em que ele se encontrava passando férias no Peru (Vargas LLosa 1993: 33-34), quando aconteceu o anúncio da estatização com as conseqüentes manifestações políticas do escritor, tal como já o tínhamos visto. Mas depois dos comícios em Lima e no interior do país, que foram os momentos máximos da atuação política de Vargas LLosa, ele volta para a Europa declarando que desse jeito voltava também à sua atividade literária. Mas durante os dois meses que passou na Europa, Vargas LLosa recebeu relatórios semanais proporcionados por Miguel Cruchaga, sobre a evolução dos acontecimentos políticos no Peru e sobre as possibilidades dele liderar uma aliança política, assim como dos índices de aprovação de uma possível candidatura presidencial sua, que já naquele momento contaria com o apoio de um terço do eleitorado, sendo até então o índice mais alto entre os prováveis candidatos as eleições presidenciais para 1990 (Vargas LLosa 1993: 79-80). E segundo o testemunho de Alvaro Vargas LLosa (1991: 17), é justamente Miguel Cruchaga quem se encarrega de fazer crescer uma estrutura organizativa em Lima ao mesmo tempo que animava a vocação política de Vargas LLosa enquanto ele se encontrava em Londres.

Não se pode deixar de mencionar, que durante a campanha desatada por Vargas Llosa em contra da estatização dos bancos, os meios de comunicação no Peru, projetaram uma imagem do escritor como a de um novo líder capaz de agrupar aos partidos da oposição para as futuras eleições de 1990, como uma aliança que enfrentaria nas urnas ao *APRA* e à *Izquierda Unida*. Já no día seguinte do comício liderado por Vargas Llosa na praça San Martín, o jornal "La República" insinuava no seu editorial:

"(...) Algunas constataciones que pueden haber hecho los políticos de la derecha: (...) el Dr. Vargas Llosa (...) es a partir de este viernes un dato político con el que la derecha partidaria debe contar en el noventa (...)"

*La República*, 24 de agosto de 1987

Em dezembro de 1987, já de volta no Peru, Vargas LLosa começa a manter contatos com as lideranças de *Acción Popular* e *Partido Popular Cristiano*, com a finalidade de unir forças para se apresentarem como uma aliança eleitoral em 1990. Destas articulações, nasceu uma comissão na qual estariam representadas três forças políticas: *AP*, *PPC* e uma nova agrupação política ainda não existente de maneira formal, mas que era representada pessoalmente por Vargas LLosa, tratava-se já então do *Movimiento Libertad* (Vargas LLosa 1993: 82).

#### **b) Formação do *Movimiento Libertad*.**

O *Movimiento Libertad* nasce com um objetivo bem determinado diante da opinião pública: servir como plataforma política para a candidatura presidencial de Vargas LLosa. Apesar de apresentar propostas de transformações políticas e econômicas estruturais, de clara orientação neo-liberal, a organização não conseguiu atingir uma ideologia consolidada, nem

propósito político de longo prazo, tornou-se desde sua formação, numa organização com finalidade meramente conjuntural.

Temos visto até agora, que as primeiras manifestações políticas de Vargas LLosa durante a tentativa de estatizar os bancos, foram realizadas como uma iniciativa pessoal do escritor, porém, sempre acompanhada de um núcleo de amigos que colaboraram tanto na confecção, coleta de firmas e publicação do manifesto contra a estatização, quanto na organização e execução do comício na praça "San Martín", assim como no contato com Vargas LLosa quando ele volta para Europa, e também nas primeiras negociações com a *Acción Popular* e o *Partido Popular Cristiano*, visando a aliança eleitoral para 1990. Muitos integrantes desse núcleo de amigos, serão os primeiros membros e dirigentes do *Movimiento Libertad*.

Segundo Mario Vargas LLosa afirma (1993: 157-159), esse grupo inicial decidiu em setembro de 1987, dar permanência à organização que se opusera à estatização. Com esse objetivo, decidem formar um movimento político que agruparia a cidadãos independentes, sem militância em nenhum partido político, com a finalidade de penetrar em setores populares, atraindo aos

empresários da economia informal, para organizá-los sob uma proposta de política liberal. Outra meta desta agrupação, seria a de atrair também a intelectuais, políticos e jornalistas que defendessem idéias liberais.

Entre o 6 de fevereiro e o 14 de março de 1988, esse núcleo organizativo, que já adotava o nome de *Movimiento Libertad*, realizou cinco eventos que foram chamados “Jornadas pela Liberdade”. Cada uma destas “jornadas”, eram realizadas como seminários, nos quais se faziam palestras e conferências nas que se defendiam as teses de que o modelo de Estado nacionalista e planificador, alimentava as condições de injustiça social na sociedade peruana e que justamente a economia informal era uma resposta a esse modelo, gerando riqueza e eficiência à margem da legalidade. Defendia-se também a tese de que a aplicação de políticas de livre mercado, haviam conseguido transformar países do terceiro mundo em economias de rápido crescimento, como nos casos de Taiwan, Hong Kong, Singapura e o Chile. Concluía-se assim, que o Peru precisava reformular totalmente o seu modelo de Estado para alcançar o desenvolvimento.

Paralelamente ao desenvolvimento destas “jornadas”, aquele núcleo de organização, fazia proselitismo, convocando reuniões em casas de familiares,

amigos e simpatizantes do novo movimento político, onde se explicavam as mesmas teses (Vargas LLosa 1993: 159-160). Além destas atividades, durante o ano todo de 1988 e começos de 1989, Vargas LLosa viajou constantemente pelo interior do país, tomando contato direto com a população e deixando instalados grupos de dirigentes locais do *Movimiento Libertad* (Vargas LLosa 1991: 22-23).

A aparição formal do *Movimiento Libertad* como nova agrupação política, ocorreu na inauguração do primeiro local desta organização, no dia 15 de março de 1988.

## **2.2) Vargas LLosa como a primeira proposta "independente".**

### **a) A intervenção do Estado nos bancos.**

O processo de expropriação dos bancos privados no Peru, foi todo um espetáculo para os meios de comunicação. Carros blindados da polícia arrombando portões metálicos de elegantes edifícios no centro da cidade de Lima, tropas de assalto entrando atrás destes carros blindados com fuzis e bombas de gás lacrimogêneo como se fossem cenas de guerra ou de contenção de uma violenta revolução para apresentar seguidamente imagens de um punhado de executivos e funcionários de terno e gravata que não sabiam o que fazer.

O jornal "El Comercio", noticiou da seguinte maneira a intervenção policial nos bancos:

“Luego de que centenares de policías rodearan las sedes centrales de los bancos de Crédito y Wiese y la empresa Financiera de Crédito, convirtiendo el centro de Lima en un lugar cercado por la fuerza pública, interventores nombrados por

el gobierno asumieron el control de esas entidades. El derribamiento de puertas y el uso de gases lacrimógenos caracterizaron la operación interventora.”

*El Comercio*, 15 de outubro de 1987

Esse foi o quadro que o governo passou à população e que os meios de comunicação retrataram com os menores detalhes: uma violência exagerada contra trabalhadores desarmados. Foi também um motivo para a população peruana tomar uma posição cada vez mais distante do partido no governo. E isto foi uma situação que a *Fredemo* com Vargas LLosca na liderança, soube explorar.

## **b) A formação da *Fredemo*.**

Já formado o *Movimiento Libertad*, esta nova agrupación política realizou uma aliança com os partidos *AP* e *PPC* com o propósito de concorrer nas eleições presidenciais de 1990 como uma frente eleitoral. Esta aliança foi lançada com o nome de *Frente Democrático*, conhecida também pela suas siglas como *Fredemo*. O mais importante nessa fase, é que esta aliança com objetivo eleitoral, confirmava à população aquilo que quase todos pensavam, que falar em Vargas Llosa como candidato presidencial, era a mesma coisa que falar da *AP* e do *PPC* mas com uma cara nova. Já em fevereiro de 1988, *APOYO S.A.*<sup>5</sup>, interpretava da seguinte maneira as pesquisas que havia realizado sobre a imagem da *Fredemo* diante da opinião pública:

“En la escala de percepción política donde 1 es extrema izquierda y 10 extrema derecha, el 72% de la población percibe al Frente Democrático (Fredemo) en los puntajes ‘derechistas’ del 7 al 10. Al mismo tiempo, sólo el 22% de la población se ubica a sí misma en dichos puntajes. De otro lado, la mitad de

---

<sup>5</sup> *Apooyo S.A.*: “Resúmen Ejecutivo” do “Informe de Opinión Pública” de Fevereiro de 1988, p.2.

los entrevistados cree que un eventual gobierno del Frente Democrático sería parecido al gobierno de 1980 a 1985”

O ato formal com o qual se deu o nascimento público da *Fredemo*, se realizou no dia 29 de outubro de 1988. O líder de *Acción Popular*, Fernando Belaúnde Terry, o líder do *Partido Popular Cristiano*, Luis Bedoya Reyes e Mario Vargas LLosa pelo *Movimiento Libertad*, assinam na cidade de Trujillo uma declaração onde estas três forças políticas se unem numa aliança com a finalidade de concorrer como uma frente única nas eleições de 1990. Este ato ficou conhecido como a “Declaração de Trujillo”. Depois de assinada a declaração se realizou um comício na praça principal da cidade, onde se proclamou a candidatura presidencial de Vargas LLosa pela *Fredemo*<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Posteriormente, outras organizações políticas de menor envergadura, também se aliaram ao *Fredemo*, como foi o caso do pequeno partido *SODE* (*Solidaridad y Democracia*).

### **c) Renúncia à candidatura.**

Depois de ser lançado como candidato pela aliança eleitoral da *Fredemo*, Vargas LLosá anunciava publicamente a sua renúncia a esta candidatura. Na época houve duas hipóteses sobre esta atitude: tratava-se de uma manobra política para reforçar a opção do eleitorado peruano em votar por ele, ou foi uma estratégia que Vargas LLosá usou para obter a hegemonia da *Fredemo* e submeter assim às lideranças dos parceiros políticos do *Movimiento Libertad*.

Para o dia 12 de novembro de 1989, seriam realizadas as eleições municipais em todo o Peru. Neste país, as eleições municipais adquirem uma conotação política especial. Na cidade de Lima, a capital do Peru, está concentrada mais da terceira parte da população de todo o país, e a eleição do Prefeito de Lima, é tradicionalmente interpretada como um termômetro político, segundo o qual a população respalda ou desaprova a gestão do governo do país, já que as eleições municipais peruanas, são realizadas a cada três anos, coincidindo assim com o início, metade ou final do exercício do período do governo central, que dura cinco anos. A quantidade de prefeituras alcançadas

por cada partido em todo o país, serve também de indicador político para saber quais os partidos que vão ganhando, mantendo ou diminuindo as intenções de voto dos eleitores.

Nesse contexto, em 1989, os partidos agrupados na *Fredemo*, deviam decidir se apresentavam candidatos às eleições municipais como uma frente única, ou se cada partido apresentava os seus próprios candidatos. Segundo o relato de Mario Vargas LLosá, a falta de coesão da *Fredemo* ocasionou disputas internas para decidir este ponto. *Libertad* e o *Partido Popular Cristiano*, queriam apresentar candidatos como uma frente em todo o país, para evitar uma imagem de divisão interna; no entanto, a *Acción Popular*, queria apresentar candidatos próprios. Estas discussões internas, vazaram aos meios de comunicação; ao ponto de Bedoya Reyes declarar na TV que não existia acordo na *Fredemo* sobre as candidaturas municipais, desmentindo assim as declarações que sobre este respeito havia feito Vargas LLosá à imprensa (Vargas LLosá 1993: 92-93).

No dia 21 de junho de 1989, Vargas LLosá faz pública uma carta dirigida aos líderes da *AP* e do *PPC*, declarando que renunciava a sua candidatura presidencial, alegando a incapacidade de Belaúnde Terry e de Bedoya Reyes para chegar a um acordo sobre as candidaturas municipais. Partidários do

*Movimiento Libertad* realizaram uma manifestação pública diante da casa do candidato, apoiando a atitude tomada. Ao dia seguinte, Vargas Llosa embarcou a Itália para receber o prêmio literário *Scanno*. No aeroporto, novamente partidários de *Libertad* improvisam manifestações de apoio ao escritor.

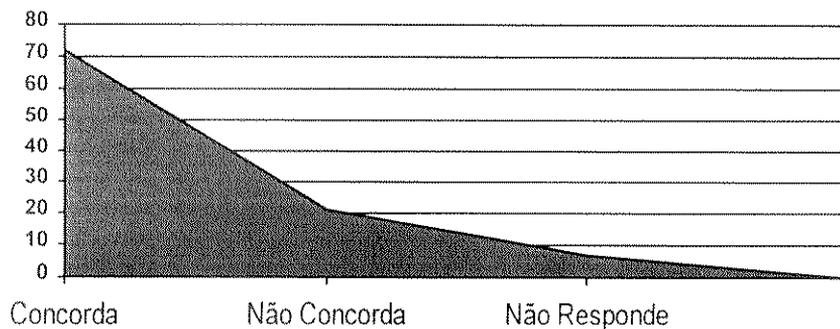
A atitude assumida por Vargas Llosa teve reveladoras conseqüências no comportamento da opinião pública. Por um lado, a imprensa criticou as atitudes de Belaúnde Terry e de Bedoya Reyes, e de outro lado, as pesquisas de opinião pública registraram incrementos de 35% a 50% nas intenções de voto pela sua candidatura. O escritor registra que nessa ruptura acontece um grande aumento na afiliação de novos membros de *Libertad* (Vargas Llosa 1993: 95). Mas vejamos algumas pesquisas<sup>7</sup>:

---

<sup>7</sup> Gráficos elaborados com base nos dados de *Apoyo S.A.*: “Informe de Opinión Pública” de Junho de 1989, pp.28 e 30.

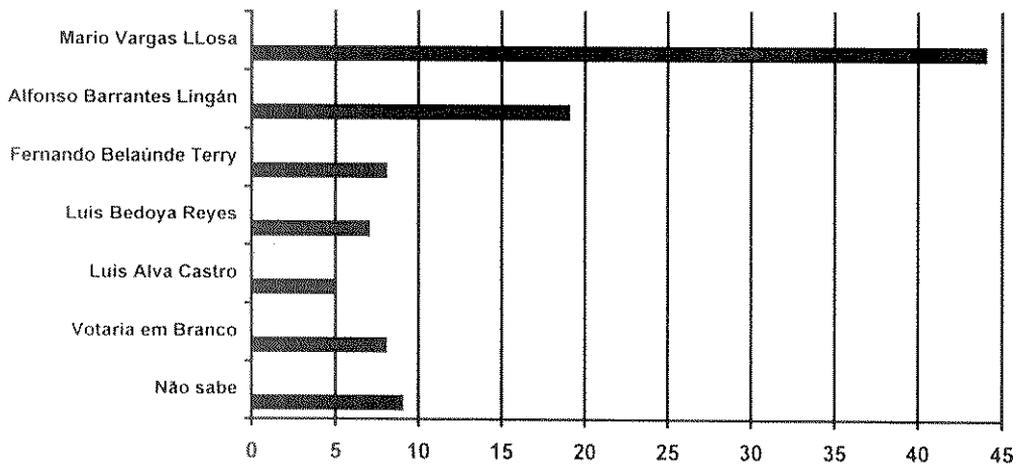
Você concorda o não com a seguinte afirmação:

**Vargas LLosa deve ser candidato, mesmo que a Fredemo se desfaça.**

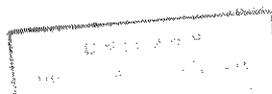


Fonte: Apoio S.A.

Por quem você votaria se amanhã fossem as eleições e se apresentassem os seguintes candidatos?



Fonte: Apoio S.A.



O importante neste fato para este estudo, é que a interpretação que o eleitor fez na época sobre este acontecimento, foi a do afastamento de Vargas LLosa das forças políticas tradicionais e que a aprovação desta atitude, trouxe um maior respaldo popular à atuação política do escritor.

## Capítulo III

### A CAMPANHA ELEITORAL.

#### 3.1) Eleições municipais.

Seguindo uma visão econômica na natureza retrospectiva do voto (Figueiredo 1991: 73), até hoje é comum nos meios políticos e jornalísticos peruanos, acreditar que o voto numa eleição importante pune ou estimula a força ou agrupação política que está no poder.

No Peru, até os nossos dias existem basicamente duas eleições importantes: as *eleições gerais* onde são eleitos os membros do Congresso Nacional, assim como o Presidente, e as *eleições municipais*, onde são eleitos os prefeitos de províncias e distritos de todo o Peru<sup>1</sup>. Esta última eleição é considerada representativa, porque entre todas as prefeituras em disputa, encontra-se a Prefeitura da Província de Lima (que na divisão política peruana abrange à capital do país, Lima). Por tratar-se de um país com uma alta

---

1 Na divisão política do Peru, o país se divide em departamentos e estes em províncias. Nas províncias existe a divisão por cidades e estas por sua vez se dividem em distritos (equivalentes aos bairros das cidades brasileiras). Cada província, cidade e distrito, possui o seu próprio Prefeito que exerce uma administração autônoma. No caso que destacamos aqui, o Prefeito da Província de Lima é ao mesmo tempo Prefeito da Cidade de Lima.

concentração da população nacional na capital, a eleição do Prefeito de Lima é considerada como uma antecipação da decisão dos eleitores para as eleições gerais. Além disso, o número de prefeituras conquistadas em todo o país por cada partido político, é considerado também como outro indicador das inclinações do eleitor para as eleições gerais. Esta perspectiva, deve ser considerada ao fazer uma revisão dos fatos que aconteceram nas eleições municipais no Peru em 1989 e que são o antecedente eleitoral imediato às eleições gerais de 1990.

#### **a) O candidato da *Fredemo*.**

Estando na Europa depois de haver renunciado à sua candidatura presidencial, Vargas LLosá é informado de que a *Acción Popular* e o *Partido Popular Cristiano*, haviam chegado a um acordo a respeito das candidaturas municipais, apresentando em todo o país candidatos únicos pela *Fredemo*. Diante desta decisão, Vargas LLosá decide voltar ao Peru e retomar a sua candidatura presidencial. No dia 14 de julho desembarca em Lima e numa manifestação improvisada, Vargas LLosá faz um discurso na sua casa, no qual declara que se reconciliaria com os seus parceiros políticos.

O próprio assessor britânico que Vargas Llosa contratou, manifestou sua aprovação sobre o rompimento do escritor com a *AP* e o *PPC* (Vargas Llosa 1993: 98), já que como vimos antes, a opinião pública respaldou essa atitude. Mas o candidato-escritor preferiu manter sua aliança porque segundo ele afirma, muitos peruanos bem-intencionados já se haviam envolvido no trabalho pela aliança política e ele havia adquirido uma responsabilidade diante daqueles que acreditavam na sua candidatura (Vargas Llosa 1993: 98). Esta atitude tem sido interpretada como um gesto de natureza ética que consegue impor-se à conveniência tática desse momento (Zuzunaga Flórez 1992: 48).

O jornalista peruano César Hildebrant<sup>2</sup> formula também um conceito negativo sobre a aliança política de Vargas Llosa com a *AP* e o *PPC*, e sobre a inconveniência de mantê-la depois da ruptura; mais ainda, para Hildebrant, essa aliança foi determinante na posterior derrota eleitoral de Vargas Llosa:

"La alianza le hizo mucho daño. Estuvo a punto de romperla, pero no se atrevió. Le faltó osadía, seguridad en sí mismo, sobre todo una convicción más doctrinaria de su independencia (...) Y cuando el pueblo se cansó de esta proximidad... y descubrió el inmenso capital que estaba detrás de tanto apetito, de tanto senador y diputado expectatio, entonces la independencia de

---

<sup>2</sup> Citado por Zuzunaga Flórez (1992: 129).

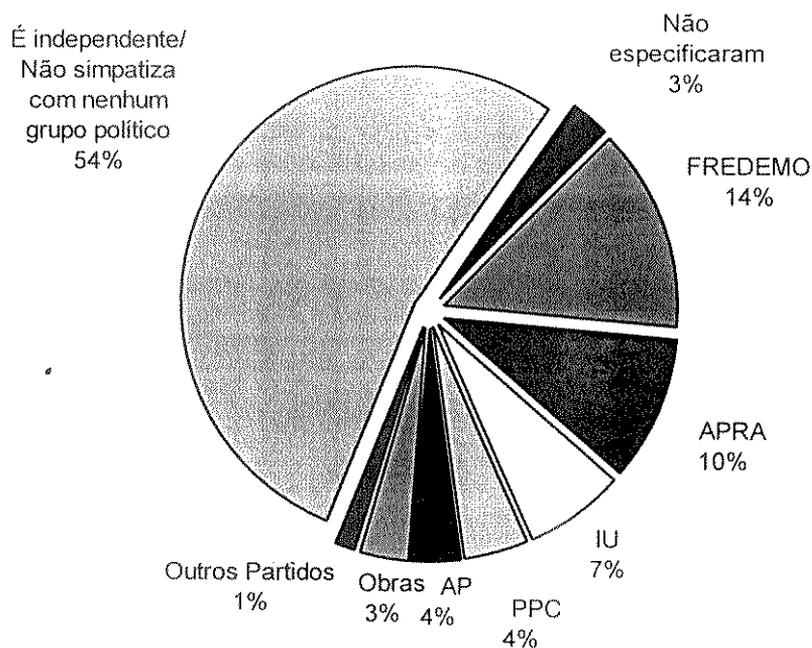
Mario (Vargas LLosa) quedó entre paréntesis. En ese momento perdió la elección".

Depois da pública reconciliação do líder de *Libertad* com a *AP* e o *PPC*, foi tratado entre as lideranças da *Fredemo* qual seria o candidato que a aliança política apresentaria para Prefeito de Lima. Originalmente Belaúnde Terry propôs como candidato o ex-Prefeito de Lima (1981-1983) Eduardo Orrego, mas o próprio Orrego desistiu desta designação em vista de que as pesquisas de opinião pública não lhe davam uma margem maior que a de 20% (Vargas LLosa 1993: 130-131). Dado esse fato, a *Fredemo* designou o ex-ministro do segundo governo de Belaúnde, Juan Incháustegui, como candidato à Prefeitura de Lima.

Na propaganda da campanha municipal da *Fredemo*, se destacou a origem provinciana de Incháustegui, assim como a sua preparação técnica para enfrentar os problemas da capital peruana. Porém, esse tipo de argumentação não foi tomada como dado de importância pelos eleitores. A militância política de Incháustegui na *AP* diante da imagem de independência política do seu principal concorrente, foi um fator decisivo na derrota da *Fredemo* nas eleições municipais de 1989.

Uma pesquisa realizada na segunda metade de agosto de 1989, nos revela que o eleitor peruano, começava a estabelecer claramente sua independência política:

**Partido político ou agrupação política com a qual simpatiza:**



Margem de erro: 4,8

Fonte: C.P.I.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Gráfico elaborado com base nos dados de C.P.I.: Arquivos de Agosto de 1989, Vol.X, parte "C".

## **b) O apresentador de TV.**

Ricardo Belmont Cassinelli é um empresário vinculado ao rádio e à televisão no Peru, tanto como empresário quanto como apresentador de programas de TV e de rádio. Por muitos anos, conduziu na sua própria estação de rádio o programa *Habla el Pueblo*<sup>4</sup> onde o público podia falar abertamente sobre diversos temas; esse mesmo programa ganhou sua versão televisiva na pequena estação de televisão da sua propriedade.

Aliado à sua imagem de personagem popular de rádio e televisão, Belmont Cassinelli, iniciou e conduziu por anos, uma maratona televisiva anual para arrecadar fundos para uma rede de hospitais dedicados à reabilitação de meninos com deficiências físicas. Caracterizava também sua imagem popular, o fato de falar usando constantemente termos da gíria local e valendo-se de metáforas onde fazia paralelos com o futebol para dar-se a entender ao público. Outro fator importante ao traçar o perfil deste novo personagem da política peruana nesse contexto prévio às eleições gerais de 1990, era o fato de que Belmont Cassinelli era justamente uma pessoa sem nenhum tipo de antecedente político.

---

<sup>4</sup>*O povo fala.*

Para as eleições para a Prefeitura de Lima, ele organizou e fundou o *Movimiento Obras*, no qual não participavam figuras conhecidas da política peruana. Ao igual que o discurso de Vargas Llosa sobre sua independência política, Belmont Cassinelli fazia ênfase nesse aspecto, mas ao contrário do escritor, ele não tinha o apoio de nenhum partido ou figura política conhecida e além disso, concorria diretamente com o candidato da *Fredemo*.

Em meados de julho de 1989, Belmont Cassinelli convocou e realizou um comício na praça Grau, no populoso bairro de La Victoria. Naquele comício, junto ao também popular compositor de música Augusto Polo Campos, Belmont Cassinelli anunciou a criação do movimento político *Obras* e a sua candidatura para a Prefeitura de Lima.

A partir deste ato público, o candidato de *Obras* insistiu em suas apresentações públicas, em certas idéias que foram o eixo do seu discurso político durante a campanha eleitoral:

\* Afirmava estar decepcionado dos políticos e dos partidos tradicionais por não cumprirem com as suas promessas. Ele, no entanto, era um independente, sem passado nem militância política alguma.

\* Os profissionais e os técnicos são os que deveriam procurar a solução aos problemas da população, não os políticos.

\* Se declarava a favor da empresa privada.

Outra mensagem repetida nos seus vários discursos e entrevistas durante a campanha, foi a de que ele votaria em Vargas LLosá para as eleições gerais, porém, ao mesmo tempo fazia ênfase em que não confiava nos parceiros políticos de Vargas LLosá (*Acción Popular* e *Partido Popular Cristiano*), porque eles já haviam exercido o poder sem êxito.

Desta forma, encontramos que no contexto social e político que antecedeu às eleições gerais de 1990, além de Vargas LLosá, uma nova figura independente fazia a sua incursão na política, mas a diferença do escritor, as características de Belmont Cassinelli como novo político podiam resumir-se em que:

- \* Não tinha nenhum tipo de passado político.
- \* Não fazia aliança com nenhuma força o personagem da política tradicional.
- \* O uso de um discurso popular com idéias-eixo simples.
- \* Convocava aos independentes e condenava aos políticos tradicionais.

Neste ponto do trabalho, é revelador apresentar o comentário feito durante esta campanha eleitoral por Belmont Cassinelli, comentário que é citado por Mario Vargas LLosa (1993: 135):

“Mis electores están sobre todo en los sectores C y D... y a quien yo le voy a quitar votos no será al Frente sino a la Izquierda Unida. A mí, mi propia clase, la burguesía, me desprecia, porque hablo en jerga y porque me creen un inculto. En cambio, aunque sea un blanquito, los cholitos y los negros de los pueblos jóvenes me tienen mucha simpatía y votarán por mí”<sup>5</sup>.

O discurso inicial de Vargas LLosa, desde o comício na praça San Martín, somente tinha em comum com o de Belmont Cassinelli, a convocatória dos independentes para a atuação política. No entanto, na sua aliança com personagens e forças políticas tradicionais e no seu discurso baseado em

---

<sup>5</sup> “Meus eleitores estão sobretudo nos setores C e D... eu não vou restar votos ao Frente mas à *Izquierda Unida*. A mim, a minha própria classe, a burguesia, me despreza, porque falo em gíria e acreditam que sou um inculto. Porém, mesmo que seja um branquelo, os índios e os negros das favelas me têm muita simpatia e votarão por mim”.

idéias mais profundas como a da necessidade de mudanças estruturais, Vargas LLosca começava a personalizar uma opção que não se aproximava das expectativas populares. Juan Incháustegui, o candidato da *Fredemo* nas eleições municipais, ficou mais próximo da imagem do político tradicional que da imagem conseguida pelo apresentador de TV.

No dia 12 de novembro de 1989 foram realizadas as eleições municipais em todo o Peru. O apresentador de TV, Ricardo Belmont Cassinelli, foi eleito Prefeito de Lima com um 45% dos votos. O candidato da *Fredemo*, Juan Incháustegui, ficou com um 27% dos votos. Uma vez conhecidas as projeções finais dos resultados eleitorais pela televisão, Vargas LLosca foi até o hotel Riviera, acompanhado de Juan Incháustegui, para parabenizar o vencedor das eleições. Diante das câmaras de TV e dos flashes dos fotógrafos, Vargas LLosca num gesto simbólico, alçou os braços de Belmont Cassinelli e de Incháustegui.

A vitória de Belmont Cassinelli nas eleições para a Prefeitura de Lima foi clara: a população realmente estava abrindo um espaço para figuras e forças políticas novas e independentes. Esta eleição, prévia às eleições gerais na que Vargas LLosca perdeu a favor de Fujimori, é um momento chave para entender a reorientação do eleitorado peruano nesta conjuntura.

### **3.2) A campanha de Vargas LLosa.**

#### **a) A proposta de Vargas LLosa.**

Desde o comício na praça San Martín, o discurso de Vargas LLosa foi uma ardorosa defesa da implantação de uma política liberal no Peru que reformulasse o modelo do Estado e que abrisse a economia do país à lei da oferta e da procura:

“Queremos que nuestra democracia sea genuína y auténtica. Y para que nuestra democracia sea genuína y auténtica, es importante que el Estado Peruano no crezca más. Y, si queremos prosperidad, hay que reducir a ese Estado. Debemos de reducirlo, porque sólo cuando él sea más pequeño, habrá libertad. Y habrá no sólo libertad para protestar, discutir y cotejar nuestras ideas diferentes; sino para trabajar, para crear

riqueza, y crear riqueza nace de la competencia, de la inventiva,  
de la libertad.”

*El Comercio*, 23 de agosto de 1987

Tal como o próprio Mario Vargas LLosa testemunha (1993: 45-46), nesse discurso inicial podemos encontrar duas idéias básicas:

\* O Peru podia sair da pobreza, não redistribuindo a pouca riqueza existente, mas gerando novas riquezas. Para isso, dever-se-iam abrir mercados, incentivar a concorrência e a propriedade privada.

\* Devia-se confiar à sociedade e ao mercado a responsabilidade da vida econômica do país, não ao Estado.

É importante neste ponto, destacar que toda a proposta de Vargas LLosa, quase desde o comício contra a estatização dos bancos até o final da campanha no segundo turno eleitoral, é apresentado desde um enfoque racional, sem grandes apelos emocionais. O escritor se confessa como um orador incapaz de apresentar discursos emotivos durante a campanha, e conseqüente com esta posição, condena o tipo tradicional de discurso político usado no Peru (Vargas LLosa 1993: 172-173):

“... En el Perú la oratoria se ha quedado en la etapa romántica. El político sube al estrado a seducir, adormecer, arrullar. Su música importa más que sus ideas, sus gestos más que sus conceptos. La forma hace y deshace el contenido de sus palabras. El buen orador puede no decir absolutamente nada, pero debe decirlo bien. La lógica, el orden racional, la coherencia, la conciencia crítica de lo que está diciendo son un estorbo para lograr aquél efecto (...).

(...) Hice cuanto pude para no perseverar en aquella costumbre y traté de usar los estrados para promover ideas y divulgar el programa del Frente (Fredemo), evitando la demagogia y el cliché.”

Num ensaio de interpretação psicológica sobre Vargas Llosa, a atuação política deste e as reações do eleitor peruano, Zuzunaga Flórez (1992: 90) destaca a importância da falta de elementos emocionais na proposta política do escritor:

"Lo cierto es que Vargas LLosá perdió la elecci3n por no percibir la necesidad de que el elector se sienta identificado con el candidato y representado por 3l en sus ansias, sus crisis y sus necesidades. No rompi3 las barreras ni salv3 las distancias. Esto es particularmente notorio en el plano emocional cuando, como queda explicado, Vargas LLosá apel3 a la libertad amenazada al iniciar su marcha en la pol3tica, convirti3 ese llamado en una clarinada emocional y dej3 m3s tarde abandonado ese terreno pol3ticamente tan importante para refugiarse en la racionalidad liberal, de tal modo que ese terreno qued3 disponible para el candidato que apareci3 en las encuestas antes de la elecci3n".

Em dezembro de 1989, a *Conferencia Anual de Ejecutivos (CADE)*, um importante evento do meio empresarial peruano, convidou os candidatos presidenciais que segundo as pesquisas teriam alguma chance nas elei33es de 1990, a exporem as suas principais propostas de governo. Al3m de Vargas LLosá, assistiram a esse evento Luis Alva Castro do *APRA*, Henry Pease da *Izquierda Unida* e Alfonso Barrantes de *Izquierda Socialista*<sup>6</sup>. Durante a sua

---

<sup>6</sup> Esta foi uma nova agrupa33o pol3tica criada para as elei33es de 1990, surgida ap3s uma divis3o na *Izquierda Unida*.

participação no CADE-89, Vargas Llosa expôs como pontos principais do seu programa de governo, o seguinte:

\* À liberdade política existente no país, devia-se acrescentar uma total liberdade econômica, sem a qual, a democracia é imperfeita e conduz ao país à pobreza.

\* O Presidente dirigiria a luta contra o terrorismo. Se entregariam armas às organizações de camponeses existentes, para que eles próprios possam se defender. Se nomearia um comissário de direitos humanos para evitar abusos da polícia e das forças armadas.

\* Se privatizariam todas as empresas públicas.

\* A gratuidade do ensino na rede pública seria limitada até o terceiro ano dos estudos secundários. Para o resto de ensino secundário e para os estudos universitários, se avaliariam as famílias, para detectar aqueles que poderiam pagar parcial ou totalmente seus estudos em instituições públicas.

\* No primeiro ano de governo, se aplicaria uma política anti-inflacionária que provocaria uma inevitável recessão.

\* No segundo e terceiro ano de governo, haveria um moderado crescimento na produção, no emprego e na renda.

\* A partir do quarto ano, o país começaria a ter um crescimento econômico.

Na avaliação de Alvaro Vargas LLosa (1991: 80-83) esse discurso do candidato-escritor foi uma proposta radical de reformas revolucionárias que questionou os 170 anos de vida institucional do país e que proporcionou ao *APRA* no governo, os argumentos para amedrontar à população, deixando à *Fredemo* numa atitude defensiva. Zuzunaga Flórez (1992: 119) coincide com este ponto de vista afirmando que o discurso de Vargas LLosa serviu para mostrar a transparência do candidato, mas que ao mesmo tempo, esta atitude proporcionou aos seus adversários políticos os elementos para montar uma anti-campanha em contra do escritor.

## **b) Elementos da propaganda eleitoral de Vargas LLosa.**

**b.1) A equipe de assessores.-** Vargas LLosa contou com uma equipe bem estruturada para receber assessoria de comunicação durante a sua campanha. O seu assessor principal foi Mark Mallow Brown, da agência estadunidense *Sawyer & Miller*, agência que já havia tido experiências exitosas nas campanhas de Corazón Aquino (Filipinas), Virgilio Barco (Colômbia), Sánchez de Losada (Bolívia) e na campanha pelo "Não" (contra Pinochet) no Chile. Pelo relato do escritor (Vargas LLosa 1993: 97), uma das constantes

tarefas desta assessoria, era monitorar a opinião pública não somente sobre as suas inclinações nas intenções de voto, mas também para detectar as preferências dos eleitores a respeito do perfil e das atitudes do que seria um "candidato ideal" para as maiorias. Além dos serviços da *Sawyer & Miller*, desde a luta contra a estatização Vargas LLosa contava com a assessoria de um destacado publicitário peruano (Jorge Salmón) e a de um conhecido cineasta desse país (Luis LLosa, primo do escritor-candidato) para atender o trabalho publicitário da campanha. Já formado a *Fredemo*, além de Luis LLosa e Jorge Salmón, foi contratada uma agência de publicidade (*Publicistas Asociados*). Segundo o escritor afirma, estas equipes de publicidade nem sempre desempenharam um trabalho em conjunto, ocasionando algumas vezes paralelismos e bifurcações na trabalho de propaganda (Vargas LLosa 1993: 370-371). Por último, o cargo de porta-voz de imprensa da *Fredemo*, foi dado pelo escritor ao seu filho, Alvaro Vargas LLosa; ele teve sob seu comando a três jornalistas dedicados à imprensa escrita, um coordenador de rádio, um coordenador de TV, dois cinegrafistas e três fotógrafos.

**b.2) Investimento na campanha.-** Sobre os custos da campanha, Vargas LLosa declara que foram gastos o equivalente a quatro milhões e meio de dólares norte-americanos, dos quais, as três quartas partes foram

destinadas a gastos em propaganda por televisão (Vargas LLosá 1993: 168-171).

Neste ponto sobre o investimento da campanha, é importante ressaltar que houve um excesso nos gastos de propaganda eleitoral televisiva, por parte de muitos candidatos a senadores e deputados pela *Fredemo*.

A lei eleitoral peruana vigente na época, permitia o exercício do chamado "voto preferencial", quer dizer, o eleitor além de votar no conjunto da lista a deputados e senadores da agrupação política da sua escolha, podia definir dentro dessa lista sua preferência particular por determinado candidato. O espírito da lei pretendia dessa maneira, que um candidato a deputado ou senador, que ocupasse os últimos lugares da lista do seu partido, pudesse ter a chance de ocupar uma vaga no Congresso Nacional, se os eleitores assim o quisessem, independente de que dentro do seu partido não contasse com essa preferência. Mas na prática, o "voto preferencial" serviu para desatar uma concorrência ao interior de cada lista de candidatos por um partido, e no caso do *Fredemo*, para desatar uma forte propaganda televisiva. Deste modo, durante a campanha, houve uma abrumadora presença de propaganda televisiva dos candidatos ao Congresso Nacional pela *Fredemo*, contrastando com a menor presença da propaganda em TV de outros partidos políticos e inclusive com a própria propaganda da candidatura presidencial de Vargas LLosá.

Na apreciação de Vargas LLosa (1993: 409-413) e de Zuzunaga Flórez (1992: 113), esta saturação de propaganda televisiva da *Fredemo*, influenciou negativamente na sua candidatura, já que foi percebido nesse excesso de gastos, uma desmedida ânsia pelo poder e além disso, a tradicional vinculação do poder econômico tratando de alcançar o seu espaço político, projetando indiretamente a imagem de Vargas LLosa como a do candidato representante do poder econômico.

**b.3) A imagem de estadista.**- Durante a sua campanha, Vargas LLosa viajou ao exterior em mais de uma ocasião, entrevistando-se com chefes de governo. Em julho de 1988 se reuniu com o Chanceler alemão Helmut Kohl. Em outubro desse mesmo ano, entrevistou-se com o Presidente de Costa Rica, Oscar Arias. Durante 1989 realizou várias viagens deste tipo: em abril se entrevista com o Presidente da Venezuela, Carlos Andrés Pérez; em maio foi recebido na Inglaterra pela Primeira Ministra britânica, Margaret Thatcher; em junho visitou o Presidente uruguaio, Julio María Sanguinetti; e em julho se reúne com o chefe do governo espanhol, Felipe Gonzáles. No 20 de fevereiro de 1990, o Presidente brasileiro Fernando Collor de Mello, recebe ao escritor e sua comitiva em Brasília.

Dentro deste quadro de viagens feita por Vargas LLosa durante a campanha, merece uma menção especial a turnê do candidato por países

asiáticos. Como já foi mencionado anteriormente, o candidato da *Fredemo* se valeu em várias ocasiões da imagem progressista de alguns países da Ásia. Com o propósito de demonstrar um trabalho de aproximação do Peru com esses países num provável governo de Vargas LLosca, o escritor visitou entre setembro e outubro de 1989 o Japão, Taiwan, Coreia do Sul e Singapura.

Todas essas viagens feitas pelo candidato da *Fredemo*, foram usadas na campanha para construir um perfil de estadista para o escritor, tal como ele mesmo o admite (Vargas LLosca 1993: 257-258).

**b.4) Relação com os meios de comunicação.-** A *Panamericana Televisión S.A.*, uma das redes pioneiras de TV no Peru, e tradicionalmente, a que registrava os maiores índices de audiência, cedeu gratuitamente em meados de 1989, espaços de publicidade para a campanha de Vargas LLosca no valor de um milhão de dólares estadunidenses<sup>7</sup>. Na rede *América Televisión S.A.*, dois programas de TV da época, apoiaram o escritor na sua campanha, através de reportagens, entrevistas e declarações explícitas dos apresentadores que eram ao mesmo tempo os responsáveis do programas. Estamos nos referindo ao programa político e de investigação jornalística *En Persona*, conduzido pelo prestigiado jornalista César Hildebrant e ao programa

---

<sup>7</sup> No seu livro *El pez en el agua* (1993) Vargas LLosca afirma que apesar da doação, *Panamericana TV* adotou posteriormente uma atitude ambígua e até hostil em relação a sua candidatura.

de "talk show" 1990 *en América*, do jornalista Jaime Bayly que fazia sua estréia neste tipo de programa, alcançando altos *ratings*.

Foi significativo também durante a campanha, o apoio declarado de dois animadores de TV muito populares, ambos de *Panamericana TV*: no segundo turno eleitoral, já diante da concorrência com Fujimori, a apresentadora Gisela Valcárcel, declarou publicamente<sup>8</sup> logo depois de entrevistar a Fujimori, que ela votaria em Vargas LLosá. No outro caso, o animador de TV, Augusto Ferrando, além de declarar no seu programa, em junho de 1989 que votaria no escritor, afirmou que se caso Vargas LLosá não fosse eleito Presidente, ele cancelaria definitivamente o seu popular programa de TV e abandonaria o Peru.

Na imprensa escrita, o próprio Vargas LLosá reconhece que teve apoio por parte de jornalistas na revista política *Oiga*, e nos jornais *Expreso*, *Ojo* e *El Comercio* (Vargas LLosá 1993: 317-318 e 509). Alvaro Vargas LLosá por sua vez, coincide com o relato do escritor ao afirmar que das três revistas políticas mais importantes do país (*Oiga*, *Sí* e *Caretas*), tiveram o apoio de *Oiga*, a imparcialidade de *Sí* e a atitude negativa de *Caretas*<sup>9</sup> (Vargas LLosá 1991: 54).

---

<sup>8</sup> Programa *Aló Gisela* do dia 6 de abril de 1990.

<sup>9</sup> Mario Vargas LLosá foi colaborador da revista *Caretas* durante muitos anos, mas depois de um desentendimento com a revista durante a campanha, deixou de colaborar com esta revista.

**b.5) A estratégia de campanha.**- Alvaro Vargas LLosa faz um relato pormenorizado sobre a estratégia elaborada pela *Fredemo* com a finalidade de ganhar as eleições logo no primeiro turno. Os assessores de Vargas LLosa da agência *Sawyer & Miller*, prepararam esta estratégia baseados numa grande pesquisa de opinião pública a nível nacional, onde detectaram as seguintes percepções do eleitorado peruano:

\* A inflação e o terrorismo eram os dois temas que mais preocupavam a população<sup>10</sup>.

\* Três conceitos básicos eram associados a Vargas LLosa: modernidade, independência e o não ser político.

\* Vargas LLosa era percebido como o candidato dos ricos.

\* Tanto a imagem de Alan García Pérez quanto a do marxismo, alcançavam os maiores índices de impopularidade.

---

<sup>10</sup> Devemos lembrar aqui que a inflação durante o governo García Pérez, chegou a alcançar os dois milhões por cento, enquanto a atividade terrorista no país (desencadeada desde a reinstalação da democracia em 1980) já havia ocasionado a morte de cerca de 20 mil pessoas.

A partir desta pesquisa, a *Fredemo* preparou sua estratégia de campanha que teve três fases:

\* Identificação do candidato com a população.- nela se procurou aproximar o intelectual de êxito internacional com o peruano médio, de forma que o eleitor o sentisse como alguém próximo do povo. Esta primeira fase seria curta, realizada entre o 18 de setembro e o 25 de outubro de 1989. Para isso se difundiria na TV quatro comerciais do *Fredemo*, onde o escritor apareceria num barraco da periferia conversando com alguma família típica de favelados. Nesta fase, se coordenaria o apoio da imprensa para passar a imagem do candidato que entra em contato direto com a maioria da população peruana, empobrecida.

\* A mensagem de estabilização da economia e das reformas estruturais.- projetada para ser realizada do 18 de setembro de 1989 até meados de fevereiro de 1990, procurava fazer entender à população a necessidade de modificar a estrutura econômica do país, abrindo a sua economia e realizando um processo de privatização. Para isto se criariam oito comerciais que tocavam temas específicos: como deter a inflação, como estimular a concorrência empresarial, suprimir o controle dos preços, promover o livre mercado e mobilizar à cidadania a lutar contra o terrorismo sob a liderança do Presidente da República. Nesta fase também se previu que o candidato e outros líderes da

*Fredemo* tratassem em todo contato com a mídia, de fazer um esforço pedagógico para explicar e difundir estas propostas.

\* A sensação de vitória.- esta seria a última fase da estratégia, onde por meio de poucos comerciais de TV, se apresentaria ao candidato Vargas LLosa sempre envolvido por multidões, onde se faria ênfase nas imagens para passar a sensação da iminência do triunfo eleitoral.

Todas estas etapas da estratégia foram acompanhadas por outros tipos de meios de comunicação como: out-doors, distribuição de panfletos explicando como votar e identificar o símbolo da *Fredemo*, distribuição de fotografias do candidato e sua esposa, distribuição de histórias em quadrinhos com conteúdo ideológico e mensagens por rádio do candidato falando em Quechua para os setores rurais e da periferia limenha<sup>11</sup>.

O princípio articulador de toda esta estratégia, era o de fazer uma pedagogia na política, quer dizer, priorizar a tomada de consciência da população sobre a necessidade de introduzir reformas institucionais no país, sem procurar ganhar o voto pelo efeito de imagens e emotividade (Vargas LLosa 1991: 30).

---

<sup>11</sup> Além do Espanhol, o Quechua é também idioma oficial no Peru. É um dos idiomas nativos do país, que alcançou o seu apogeu no Império dos Incas. É conservado especialmente em áreas rurais do Peru, mas também na periferia da capital (Lima) onde se concentram migrantes e descendentes de migrantes vindos do interior do país.

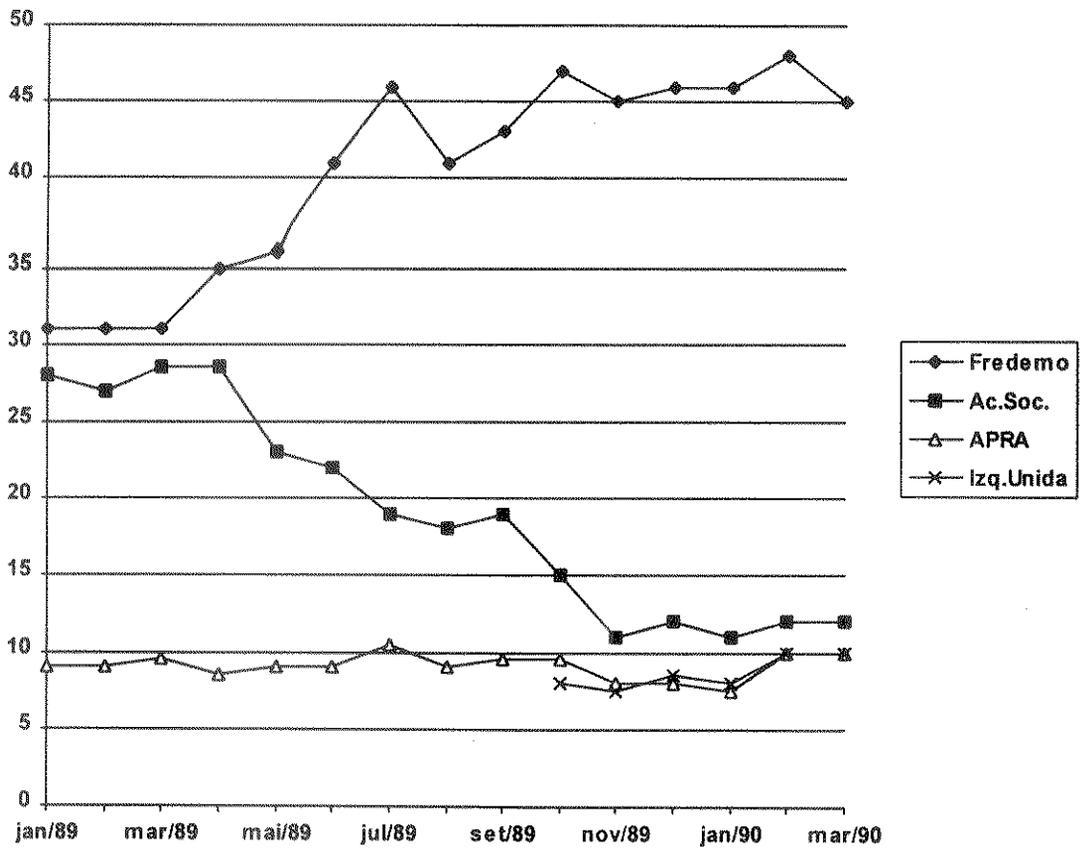
A campanha eleitoral do *Fredemo* foi encerrada em Lima no dia 4 de abril de 1990, com um comício realizado no Paseo de la República, no centro da cidade. Já nesse momento, a figura de Fujimori havia alcançado certa projeção nacional, deixando atrás os outros candidatos e ficando em segundo lugar, em concorrência direta com Vargas LLosá. Diante desse fato, no comício final da *Fredemo* em Lima, se decidiu que não discursariam nenhum membro da *AP* ou do *PPC*. O único orador foi o candidato Vargas LLosá, com a única exceção a um breve discurso do recém-eleito Prefeito de Lima, Ricardo Belmont Cassinelli, quem pediu aos seus eleitores, que apoiassem a candidatura do escritor.

### **c) Preferência nas pesquisas de opinião pública.**

No seguinte quadro, podemos observar como a candidatura presidencial de Vargas LLosá, se manteve nas preferências da opinião pública durante todo o ano de 1989 e começos do ano 1990, alcançando seus maiores momentos em julho e outubro de 1989, assim como em fevereiro de 1990. Para março desse ano, se registrava já, uma ligeira queda nas inclinações do eleitorado peruano pela candidatura do escritor:

## ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS

### Intenção de voto em Lima



Margem de erro: 2%

Fonte: Apoyo S.A.<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Gráfico elaborado com base nos dados de Apoyo S.A.: "Informe de Opinión Pública" de Março de 1990, p.6.

A única candidatura que em algum momento se apresentou como uma séria concorrente a do escritor, foi a de Alfonso Barrantes Lingán, de *Izquierda Socialista*, durante o período janeiro-abril de 1989. As candidaturas do *APRA* e da *Izquierda Unida*, se mantiveram muito por embaixo das intenções de voto pela *Fredemo*. Com estas perspectivas de intenção de voto, até março de 1990, se acreditava num fácil triunfo eleitoral do candidato-escritor.

### **3.3) Outros aspectos da campanha.**

#### **a) Primeiras notícias sobre Fujimori.**

Apenas daremos nesta parte da pesquisa, um quadro sobre como e em que porcentagem aparece a figura de Fujimori, para deixar em claro, mais adiante, que a presença pública de Fujimori começa a ganhar espaço nos meios de comunicação depois de conquistar preferências em circuitos alternativos de comunicação.

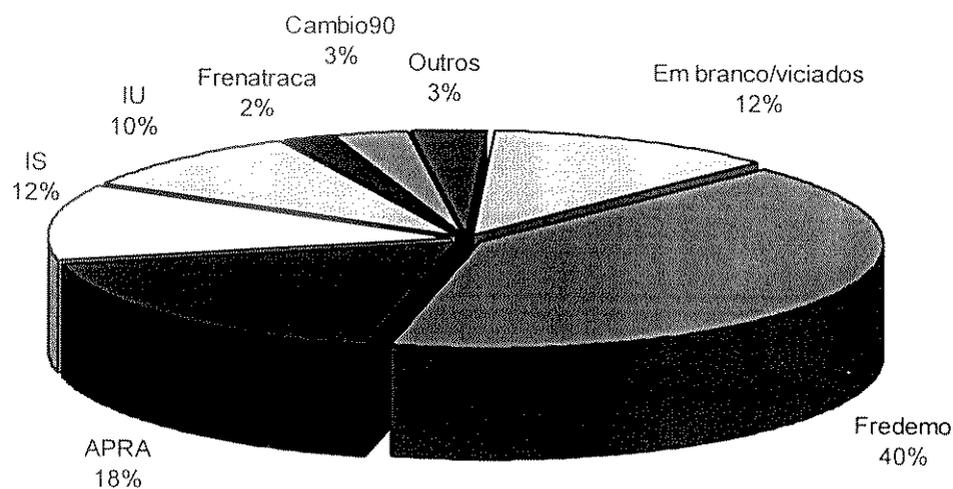
Nas leis eleitorais peruanas vigentes durante as eleições de 1990, era permitido que um candidato a senador, pudesse se apresentar ao mesmo tempo como candidato à Presidência da República. De fato, desde o re-estabelecimento da democracia no Peru em 1980, em todas as eleições gerais, além dos candidatos das principais forças políticas do país, sempre se registraram candidaturas presidenciais de pessoas que eram desconhecidas para a maioria do eleitorado, e que procuravam uma vaga no Senado. Este tipo de candidatos foram chamados pela imprensa peruana de "candidatos pequenos".

Durante a campanha para as eleições de 1990, se apresentaram no total, dez candidatos à Presidência da República. Dentre eles, somente quatro eram considerados pelas pesquisas de opinião pública como candidatos de agrupações políticas capazes de atingir algum nível significativo na votação: *Fredemo*, *APRA*, *Izquierda Unida* e *Izquierda Socialista*. Os seis restantes, eram considerados como "candidatos pequenos". Entre eles, encontravam-se personagens pitorescos como o "profeta Ezequiel", fundador de uma seita religiosa na qual os seus membros vestiam-se com túnicas e faziam sacrifícios de animais, imitando os costumes do antigo povo hebreu. Estando previstas as eleições para o 10 de junho de 1990, em dezembro de 1989, o "profeta Ezequiel" disputava nas pesquisas de opinião pública, o último lugar com outro candidato desconhecido: Alberto Fujimori Fujimori de *Cambio 90*.

Durante os meses de janeiro e fevereiro de 1990, as intenções de voto por Fujimori, não passava de um inexpressivo 1%. Mais em março, uma pesquisa já nos mostra um pequeno crescimento na intenção de voto por Fujimori:

### Simulação de Voto usando o modelo oficial da cédula de voto

#### Voto para Presidente



Margem de erro: 2%

Fonte: Apoyo S.A.<sup>13</sup>

<sup>13</sup> Gráfico elaborado com base nos dados de Apoyo S.A.: "Informe de Opinión Pública" de Março de 1990, p.6.

Mario Vargas LLosa relata a surpresa dele e da sua equipe de assessores de campanha, quando no final de março de 1990, faltando apenas uma semana para as eleições, é informado que as pesquisas de opinião pública indicavam que o nome de Fujimori estava deixando para atrás aos candidatos do *APRA*, da *Izquierda Unida* e da *Izquierda Socialista* nos eleitores das áreas mais empobrecidas da cidade de Lima. O escritor registra também que as pesquisas diárias feitas pelos assessores da *Sawyer & Miller*, revelavam que a cada dia Fujimori crescia nas pesquisas (Vargas LLosa 1993: 439-440 e 443).

Alvaro Vargas LLosa relata com maior detalhe este acontecimento. No dia 29 de março de 1990 (lembre-se que a data das eleições era 8 de abril), é convocada uma reunião de emergência do comando de campanha da *Fredemo*. Ali, a última pesquisa de *Sawyer & Miller* registrava que a nível nacional, a candidatura de Vargas LLosa havia perdido alguns pontos, enquanto a de Fujimori havia subido ligeiramente; mas em Lima, Fujimori alcançava repentinamente um 20%, ficando no segundo lugar das pesquisas e com tendência a continuar crescendo nos setores C e D. Já nos primeiros dias de abril de 1990, o avanço de Fujimori em Lima havia-se detido um pouco, no entanto, a nível nacional havia crescido consideravelmente (Vargas LLosa 1991: 128-129 e 134).

Diante deste repentino crescimento de Fujimori nas pesquisas, a empresa *Apoyo S.A.*, publicou no final de março um “Informe de Opinión Pública Extraordinario - Elecciones Generales 1990”, em cuja última página, se comentava o inusitado “fenômeno Fujimori”, as conseqüências dele para a candidatura de Vargas LLosa e as prováveis razões que explicavam o seu aparecimento segundo o eleitorado. Vejamos:

“Durante las últimas semanas se ha producido en el Perú un fenómeno político rara vez visto en democracias más estables. Alberto Fujimori, un candidato que un mes antes de las elecciones registraba una intención de voto inferior al 5% pasó en el lapso de 2 semanas a disputar el tercer lugar con alrededor del 10% del voto nacional y en una semana ha saltado al segundo lugar con más del 20% del voto nacional.

(...) ha perjudicado a todas las restantes agrupaciones políticas. Al FREDEMO lo ha alejado definitivamente del triunfo en primera vuelta.

(...) Las razones más mencionadas por los encuestados para votar por Cambio 90 son que se trata de una ‘nueva alternativa’

y que Fujimori ‘no es un político como los demás’ y ‘tiene ascendencia japonesa’. Aparentemente, el surgimiento de Cambio 90 habría estado vinculado con la politización de la imagen de Vargas LLosa (...) y el temor generado por la campaña aprista ...”

Alfredo Torres, *Elecciones Generales. Ultimas Proyecciones.*

in: "Informe de Opinión Extraordinario".

## **b) A campanha do APRA ou a campanha anti-Vargas LLosa.**

Não consideraremos a campanha do *APRA* como o fator determinante para a derrota de Vargas LLosa, mas sim como fator importante no reforço dos eleitores que não queriam votar nele.

Esta campanha trabalhou basicamente com os principais temores da população com a finalidade de persuadir aos eleitores a votar na alternativa que o *APRA* oferecia, porém este trabalho propagandístico parece ter servido mais para a candidatura do Fujimori, ainda que não tenha sido essa a intenção.

Ao fazer uma revisão dos fatores que foram discutidos insistentemente durante o segundo turno, faremos uma descrição e reflexão mais ampla de

algum deles, como nos casos do fator religioso, do fator racial e do fator socio-econômico.

Foram vários os pontos que o *APRA* levantou durante a campanha eleitoral para restar votos à candidatura de Vargas LLosá, tal como o escritor o registra (Vargas LLosá 1993: 409-454): o declarado agnosticismo do candidato apresentado como um ateu, a suposta sonegação de impostos do escritor, o qualificativo de pornógrafo pelo conteúdo erótico de algumas das suas obras, o seu anti-militarismo que colocaria ao país em perigo de um golpe de estado e as drásticas medidas de ajuste econômico que ele implantaria no Peru uma vez no governo. De todos estes pontos, o último, o ajuste econômico ou *shock* econômico -como foi propagado na época-, foi o fator que causou um grande temor no eleitorado.

Vargas LLosá centralizou os seus discursos e a sua campanha eleitoral, justamente nas reformas que o seu governo introduziria na área econômica. Esse foi o principal eixo da sua campanha. E dos anúncios que sobre este aspecto fizera o escritor, é que o *APRA* se baseou para realizar a contra-campanha, contestando os pontos principais do seu plano de governo, apresentado-os desde uma perspectiva do impacto social que teriam tais medidas.

No plano da reforma do Estado, além de reduzir o número de ministérios à metade, a proposta da *Fredemo* afirmava a necessidade de privatizar todas as empresas de propriedade do Estado e de conseqüentemente, acabar com boa parte do funcionalismo público. No dia 9 de agosto de 1989, o jornal *La República* publicou como principal manchete o anuncio de um membro da *Fredemo* de despedir a quinhentos mil funcionários públicos como uma das principais medidas dum provável governo de Vargas LLosca. Além disso, outra proposta da *Fredemo* era a de reformar as leis trabalhistas, incluindo o conceito de "falta de produtividade" como dentro das considerações enquadradas como "justa causa" para a demissão; os novos funcionários poderiam fazer contratos de prestação de serviços com as empresas para que estas evitassem o vínculo empregatício e os encargos sociais dele decorrentes, ampliando assim as possibilidades de gerar novas vagas de empregos.

A expectativa de um desemprego massivo, foi projetada pelo APRA em alguns dos "spots" publicitários que eles veiculavam na TV. Além disso, outros jornais, *La Crónica* y *Hoy*, trataram também o assunto, nos mesmos termos.

No plano da educação, a proposta de Vargas LLosca era a de garantir a gratuidade do ensino primário e a introdução do conceito de discriminar a gratuidade a partir do terceiro ano do ensino secundário. Dessa forma, as escolas públicas passariam a cobrar pelos serviços a aqueles que tivessem

possibilidade de efetuar algum pagamento. Este proposta foi tratada na anti-campanha como o anuncio do fim da gratuidade do ensino público de forma geral.

### **c) A proposta de Fujimori**

Temos visto até aqui, como evoluiu a figura política de Vargas LLosa desde os acontecimentos de 1987, como o *APRA* se valeu de elementos da proposta do escritor para atemorizar à população e como nas pesquisas de opinião pública o “desconhecido” candidato Fujimori começava a despontar. Mas qual a proposta que o engenheiro Fujimori fazia à população que começava a se interessar por ele? Poderíamos responder que até o primeiro turno eleitoral, a proposta de Fujimori resumiu-se ao “slogan” que usou em panfletos, cartazes e num pouco veiculado “spot” de TV: “Honradez, tecnologia y trabajo”<sup>14</sup>.

Pode parecer absurdo numa primeira impressão, que esse “slogan” tenha sido a principal proposta pública da sua candidatura política, mas esta aparência deixa de ter esse valor de “absurdo” ou “simples demais”, se levamos em conta alguns elementos apontados até aqui neste trabalho: a proposta de Vargas LLosa é apresentada em termos racionais esquecendo o uso de

---

<sup>14</sup> Honestidade, tecnologia e trabalho.

qualquer apelo emocional, ao mesmo tempo, o *APRA* remaneja essa proposta de modo a apresentá-la como uma ameaça, atemorizando à população; a vitória de Belmont Cassinelli nas eleições municipais indicam uma clara rejeição do eleitorado pelos políticos tradicionais, no entanto, mesmo depois de ver incrementadas as intenções de voto na sua candidatura depois da ruptura com a *AP* e o *PPC*, Vargas Llosa persiste em ser acompanhado por esses representantes da política tradicional. São justamente esse tipo de considerações os que explicam que Fujimori faça uma proposta simplificada e que de um modo geral, faça uma aposta pelo silêncio como estratégia de campanha. De fato, Fujimori apresenta alguns pontos simples como toda proposta política:

- \* O compromisso de “trabalhar” uma vez eleito, trabalho que será realizado “com honestidade”:
- \* A total ausência de qualquer passado político.
- \* Não arriscar a fazer outros oferecimentos.

Essa é a postura que Fujimori apresenta na campanha no primeiro turno eleitoral.

#### **d) Elementos da propaganda eleitoral de Fujimori.**

**d.1) Propaganda “artesanal” de Fujimori.-** Fujimori (Salcedo 1990: 36-44) relata que depois dele mesmo criar o seu lema de campanha, passou a fazer o “design” de um cartaz, que seria aproveitado como calendários, onde colocaria o seu lema e o nome de sua agrupação política. Depois de mandar imprimir esses calendários, encarregou a um grupo de rapazes que distribuíssem esses calendários nos ônibus das cidades, dando um calendário maior ao motorista, a troca de que este permitisse colocar nos vidros dos ônibus, os outros calendários menores.

Fujimori também afirma que fez o “design” básico de outro cartaz para fazer “out-doors”. Afirma que ele mesmo teve que produzir esses “out-doors” e custeá-los.

A única propaganda em vídeo que fizera para o primeiro turno, foi feita com a ajuda de um amigo; Fujimori reconhece que tal propaganda tinha falhas técnicas. Mas maiores foram suas dificuldades para poder veicular esse comercial na TV, já que os espaços televisivos estavam já contratados por outras agrupações políticas.

#### **d.2) Aproveitamento de estruturas organizativas já existentes.-**

Outro fato importante, foi o aproveitamento, aparentemente espontâneo, de estruturas organizativas já existentes. Alvaro Vargas Llosa (1991: 133) relata

que em Lima vários comitês locais do *Movimiento Obras* (a organização montada por Belmont Cassinelli com a qual ganhou as eleições para Prefeito de Lima) começaram a apoiar explicitamente a candidatura de Fujimori quase uma semana antes das eleições para o primeiro turno. Da mesma maneira, devemos considerar que as estruturas organizativas de igrejas evangélicas, foram também aproveitadas por Fujimori. Tal como veremos mais adiante, Fujimori tomou contato com personagens que lhe facilitaram sua aceitação e apoio dentro de círculos evangélicos. Assim, teremos que as estruturas evangélicas, serviram à candidatura de Fujimori, tanto a nível de propaganda (alguns pastores indicavam a candidatura de Fujimori em seus cultos) quanto de captação de recursos humanos (muitos membros nas listas de candidatos a deputados e senadores de *Cambio 90*, eram evangélicos).

#### **3.4) Os resultados da votação no primeiro turno.**

Segundo as projeções finais dadas pela TV peruana no mesmo dia da votação (8 de abril de 1990), Vargas Llosa obteve um 28% e Fujimori um 24%. O *APRA* e as alianças eleitorais da esquerda, alcançaram em conjunto mais da terceira parte do eleitorado.

Mas além dos resultados segundo as projeções veiculadas na TV, um fato aconteceu no dia 8 de abril, logo depois de encerrada a votação: Vargas LLosa fez declarações diante da imprensa peruana e internacional, onde passou a impressão de que não estava disposto a ir a um segundo turno eleitoral, que abandonaria sua candidatura. Na verdade, o próprio candidato confirma que uma vez conhecidos os primeiros resultados pela TV, ele já havia decidido renunciar a uma nova luta eleitoral (Vargas LLosa 1993: 450-452). O filho do escritor vai mais além, afirma que dois dias antes da eleição, sabendo da rápida aparição e evolução de Fujimori nas pesquisas de opinião pública, o candidato da *Fredemo* já havia pensado na possibilidade de renunciar a sua candidatura em caso de não alcançar uma alta votação no primeiro turno. Afirma também que Vargas LLosa decidiu desistir da sua candidatura e ceder a vitória a Fujimori, logo depois de conhecer os resultados extra-oficiais no mesmo dia das eleições (Vargas LLosa 1991: 143-148).

O fato é que depois de encerradas as eleições no 8 de abril, Vargas LLosa declarou à imprensa nacional e estrangeira reunida no hotel Sheraton de Lima (onde a *Fredemo* se instalou para o dia das eleições), que convidada publicamente a Fujimori para um diálogo "sem condições" para poupar ao país do processo de um segundo turno eleitoral. Fujimori, surpreendentemente apareceu no hotel Sheraton e parabenizou o triunfo parcial de Vargas LLosa,

mas ao mesmo tempo se mostrou a favor de realizar o segundo turno. Toda esta cena foi transmitida ao vivo a todo o país.

Vargas LLosa (1993: 452) alega razões principistas para respaldar a atitude que assumiu nesse momento. Mas o fato de insinuar publicamente sua disposição a renunciar, somado ao conhecimento público de não alcançar uma votação tão alta quanto a que se suponha que tinha, contribuiu a construir uma imagem de uma candidatura debilitada, sem convicção em si mesma<sup>15</sup>.

Mas vejamos agora como os resultados oficiais ficaram muito próximos dos resultados veiculados pelos meio de comunicação peruanos no dia das eleições:

---

<sup>15</sup> No dia 9 de abril de 1990, aconteceu uma reunião secreta entre Vargas LLosa e Fujimori, realizada por iniciativa do escritor. Nessa ocasião, Vargas LLosa ofereceu explicitamente sua renúncia a Fujimori, a troca de que este executasse o plano econômico do *Fredemo*. No dia seguinte, Fujimori visitou a Vargas LLosa na sua casa e lhe comunicou em privado que havia feito consultas sobre sua proposta, a qual não podia aceitar por ser anticonstitucional.

### Resultados do Primeiro Turno Eleitoral

(Resultados oficiais a nível nacional)

<i>Candidato</i>	<i>No. de Votos</i>	<i>%/V<sup>16</sup></i>	<i>%/E<sup>17</sup></i>
Mario Vargas LLosca (Fredemo)	2.163.323	32,6	27,6
Alberto Fujimori (Cambio 90)	1.932.208	29,1	24,6
Luis Alva Castro (APRA)	1.494.231	22,5	19,2
Henry Pease García (IU)	544.889	8,2	6,9
Alfonso Barrantes L. (IS)	315.038	4,7	4,1
Roger Cáceres (Frenatraca)	86.418	1,2	1
Dora Larrea de Castillo (UNO)	21.962	0,3	0,2
Nicolás de Piérola Balta (UD)	9.541	0,1	0,1
Ezequiel Atacusi Gamonal (Frepap)	73.974	1	0,9
Votos Válidos	6.641.584	84,8	
Votos Nulos	569.537	7,2	
Votos em Branco	625.995	8	
Votos Emitidos	7.837.116	78,3	
Ausentismo	2.176.245	21,7	

**Fonte:** Tuesta Soldevilla 1994: 155

<sup>16</sup> Total dos votos considerados como válidos.

<sup>17</sup> Total dos votos emitidos.

## Capítulo IV

### FUJIMORI VS. VARGAS LLOSA

#### **4.1) Propostas de governo durante a campanha pelo segundo turno eleitoral: o "shock" e o "não shock".**

Com miras ao segundo turno, as campanhas eleitorais de Vargas LLosa e de Fujimori giraram em torno a qual seria orientação do programa econômico que cada um deles faria uma vez no governo. Isto aconteceu como consequência da anti-propaganda contra a *Fredemo* desatada pelo *APRA* no primeiro com a finalidade de amedrontar à população, identificando à candidatura de Vargas LLosa como a ameaça de um severo ajuste econômico para o país.

Vargas LLosa não tinha mais como negar que chegando ao poder teria que aplicar medidas econômicas duras para reorganizar a economia do país, porém destacava que já havia articulado todo um programa de assistência social para quando o programa econômico fosse aplicado. As severas medidas de ajuste econômico anunciadas pela *Fredemo* ficaram conhecidas naquela

conjuntura como o "shock". Fujimori, apoiado espontaneamente pelo *APRA* (nunca fizeram nenhum tipo de aliança explícita) explorou aquilo que o *APRA* já havia feito no primeiro turno: anunciou ao país que a opção por ele era a opção pelo "não shock", que ele não aplicaria um programa de ajuste econômico, coisa que sim seria feita por Vargas LLosá.

Diante dos resultados do primeiro turno, para a campanha pelo segundo turno a *Fredemo* decidiu dar maior ênfase aos seguintes pontos da sua proposta de governo, com a finalidade de afastar os temores da população:

- \* O Programa de Apoio Social *PAS* que daria ajuda econômica à população carente, seria destacado mais do que a necessidade de um ajuste econômico.

- \* Se mostraria o aspecto social das reformas.

- \* A publicidade da *Fredemo* diminuiria a sua mínima expressão.

- \* Se exigiria que Fujimori mostrasse o seu plano de governo e se atacaria os pontos débeis da sua candidatura.

Além de privilegiar estes pontos, se planejou constantes visitas por ruas, mercados e praças na periferia empobrecida de Lima e se divulgariam as obras já realizadas pelo *PAS*: construção de escolas, berçários, poços de água, etc. Com todas essas previsões, no dia 28 de abril de 1990, o candidato Vargas

LLosa divulgou na TV sua mensagem "De novo em campanha" (Vargas LLosa 1993: 489-494).

No caso da campanha de Fujimori, basicamente insistiu em marcar distâncias com as propostas da *Fredemo*, fazendo ênfase em três pontos básicos cada vez que era abordado pela imprensa:

- \* Se apresentava disposto a fazer uma convocatória nacional para encontrar soluções técnicas aos problemas do país.

- \* Condenava abertamente o "shock" atribuído à *Fredemo*.

- \* Defendia a estabilidade laboral e a gratuidade do ensino público.

Parte da estratégia de Fujimori (ao igual que no primeiro turno), era a de não entrar em detalhes para esclarecer estes pontos e guardar um prudente silêncio enquanto à maneira em que eles seriam executados, mas ao mesmo tempo insistindo na necessidade de aplicá-los.

Salcedo (1990: 72-74) afirma que para o segundo turno, Fujimori foi apoiado por vários jornais, enquanto a TV seguia mostrando-se esquiva a sua candidatura.

Diante da insistência da *Fredemo* de que *Cambio 90* não possuía nem equipe, nem plano de governo, Fujimori se viu obrigado a apresentar à imprensa, algumas idéias básicas do que seria sua administração em caso de

ser eleito, e de apresentar também uma equipe de técnicos que fariam parte do seu governo. Inicialmente, Fujimori convocou a uma entrevista coletiva de imprensa para a primeira quinzena de abril, onde daria a conhecer suas principais propostas de governo. Mas uma vez reunida a imprensa nacional e estrangeira para registrar o plano de governo de *Cambio 90*, se anunciou que Fujimori havia sofrido uma intoxicação alimentar e que por esse motivo se adia o anúncio até um novo aviso. Duas semanas antes das eleições do segundo turno, Fujimori convocou novamente à imprensa e deu leitura a algumas propostas gerais como a de dirigir desde o Estado uma economia de livre mercado, aumentar o emprego e mobilizar o sistema de inteligência na luta contra o terrorismo. Segundo Daeschner (1993: 238-240 e 248-249) a equipe de técnicos que Fujimori apresentou à imprensa, foi convocada de maneira improvisada.

#### **4.2) Alguns fatores importantes durante a campanha para o segundo turno eleitoral.**

A campanha pelo segundo turno eleitoral de 1990, desatou em alguns setores da sociedade peruana, a manifestação de sentimentos raciais, de

confrontos religiosos e de divisão da opinião pública pela sua auto-percepção de separação e confronto de classes socio-econômicas. Seria muito difícil tratar de levantar explicações para tal tipo de comportamento dentro de uma sociedade; teríamos então a necessidade de fazer uma análise histórica e sociológica para procurar estabelecer as raízes de tais comportamentos. Neste ponto do trabalho, apenas registraremos algumas destas manifestações, que de fato entraram em jogo no processo eleitoral que nos ocupa. Tratamos de deixar em claro desta maneira, que de um modo ou outro, a simples existência destes fatores nesta conjuntura, demonstram que são fatores importantes para que a população fizesse uma opção no momento das eleições. E tratamos de ilustrar assim, que cada candidato encarnou nesse momento, a divisão e o confronto existente dentro da sociedade peruana.

Como bem o faz notar Alvaro Vargas LLosa (1991: 11), o segundo turno eleitoral obrigou à cidadania e às instituições públicas e privadas do país a tomar partido a favor ou em contra de Mario Vargas LLosa<sup>1</sup>. Já para Grompone (1991: 41), além de outras considerações, na votação obtida por Fujimori, encontram-se elementos que revelam a orientação dos setores populares por

---

1 Além da polarização existente nessa sociedade, devemos considerar também que no Peru, as leis eleitorais estabelecem a obrigatoriedade do voto de um modo radical: aquele cidadão que esteja no dia de uma eleição, fora da cidade onde tem registrado o seu título de eleitor, não tem em hipótese alguma, dispensa da sua obrigação eleitoral. E quem não vota numa eleição, fica inhabilitado de assinar todo e qualquer tipo de contrato ou trâmite de curso legal, até pagar uma multa.

se livrar da tutela da classe política tradicional, além de uma rejeição e falta de identificação com a *Fredemo*.

### **a) O fator racial.**

O Peru contemporâneo, é uma cultura mestiça, fruto da fusão das antigas culturas andinas com a cultura trazida pelos espanhóis durante a conquista. A esta fusão racial e cultural, se somaram os aportes das culturas africanas que chegaram ao Peru na época da colônia espanhola por meio dos escravos negros. Mais tarde, nos inícios da república, chegaram também aportes culturais asiáticos, principalmente de chineses e japoneses que vieram a trabalhar no campo. Junto com os aportes e a mescla cultural, aconteceram também as fusões raciais. Mas a pesar desta mestiçagem racial e cultural, é mais perceptível ainda a presença de dois segmentos culturais na população peruana contemporânea: por um lado, uma maioria indígena ou de mestiços de brancos e índios que conservam muitos traços raciais e culturais andinos, e de outro lado, uma minoria de aparência branca, que se assume na sociedade peruana, como descendentes diretos dos conquistadores espanhóis ou de posteriores cúpulas de domínio econômico de procedência européia. As minorias negras e de origens asiáticas, convivem com estes dois segmentos

sem alcançar tradicionalmente maior relevância. Na campanha pelo segundo turno eleitoral, a questão racial teve momentos de ressonância, refletindo de algum modo, a falta de integração dos grupos culturais na sociedade peruana e revelando sua disposição ao confronto inter-cultural e racial. Vargas Llosa (1993: 509) interpreta que no processo eleitoral de 1990, votar em contra dele significou um desquite étnico por parte da maioria do país contra a minoria branca; entre tanto, Salcedo (1990: 78) afirma que:

“Como nunca antes, estas elecciones parecían despertar pasiones ocultas, motivaciones irracionales, instintos adormecidos de ciertas capas de la población.”

A continuação, citaremos alguns fatos acontecidos durante a campanha eleitoral, em relação ao fator racial.

**a.1) A exploração de Fujimori de sua origem japonesa.-** Já durante a campanha pelo primeiro turno eleitoral, em alguma rara entrevista na TV, Fujimori havia feito alusão a suas origens japonesas, no sentido de que estas serviriam ao país, em caso de ser eleito, para obter ajuda econômica do

Japão. Para o segundo turno eleitoral Fujimori voltou a insistir no assunto; o embaixador do Japão no Peru, se viu forçado a declarar que o seu país não havia feito promessas a nenhum candidato (Vargas LLosa 1993: 507). Além disso, Fujimori explorou sua origem japonesa sabendo os valores comumente atribuídos no Peru ao japonês e aos seus descendentes:

“...El japonés está identificado con el trabajo y la honradez. Aunque la gente desconfía de los ofrecimientos de trabajo, sí saben, al menos, que un japonés casi siempre es trabajador.”

Alberto Fujimori *in*: Salcedo 1990: 45

A manipulação de Fujimori sobre sua ascendência japonesa, foi também evidente numa denúncia que ele fez em dois comícios: segundo essa denúncia, nas filas da *Fredemo* se fazia alusão a *Cambio 90* (a agrupação política de Fujimori), como um pequeno grupo formado por “un chinito y cuatro cholitos”<sup>2</sup>. Fujimori denunciou isto em comícios realizados em Villa El Salvador em Lima (9 de maio de 1990), e num comício anterior na cidade de Tacna. Nessas ocasiões Fujimori disse não se envergonhar de ser tratado de “chinito”, do

---

<sup>2</sup> “Um chinesinho e quatro índiosinhos”.

mesmo jeito que a maioria da população peruana não se envergonhava de ser "cholita" (índia). Seguidamente afirmava que apoiado pela maioria do país, ele estava se enfrentando a uma minoria branca (Vargas LLosa 1993: 508).

**a.2) Ataques a nisseis.-** Durante esta campanha eleitoral, aconteceram também agressões e maltratos físicos e morais aos nisseis (descendentes de japoneses) e a japoneses residentes no Peru. Estes ataques começaram logo após os resultados do primeiro turno e continuaram durante a campanha pelo segundo turno. Esta atitude foi adotada por partidários da *Fredemo*, inconformados com a projeção política repentina alcançada por Fujimori. No dia 16 de maio de 1990, a Colônia Japonesa, publicou um comunicado, no qual protestava pelas agressões e manifestava que a colônia não tomaria como grupo, partido a favor de nenhum dos dois candidatos.

Outra mostra de manifestação racista, veio de um dos dirigentes da *Fredemo*, Enrique Chirinos Soto, quem declarou em Lima e em viagens nos Estados Unidos e na Espanha, logo após do primeiro turno eleitoral, que o Peru nunca havia tido por Presidente a um peruano de primeira geração, fazendo com isto uma clara alusão a Fujimori, cujos pais eram japoneses (Vargas LLosa 1993: 487).

## **b) O fator religioso.**

Zuzunaga Flórez (1992) faz revisões e considerações pertinentes sobre as relações da política com a religião no transcurso da história peruana. Consideramos com ele, que mais além da convivência do catolicismo com cultos ancestrais (e freqüentemente a sua integração informal e popularizada), o Peru é uma "...área católica de dudosa ortodoxia...", mas católica afinal de contas, e é neste referente que devemos considerar três fatores importantes no processo eleitoral peruano anterior a 1990: o agnosticismo de Mario Vargas LLosa, a relação de Fujimori com membros de igrejas evangélicas e a atuação da hierarquia da igreja católica. Apresentaremos aqui uma breve descrição de como eles foram usados durante a campanha eleitoral.

**b.1) O agnosticismo de Mario Vargas LLosa.-** O escritor já havia declarado com anterioridade à campanha eleitoral, a sua posição de agnóstico; conseqüente com sua proposta racionalista, ele decide por estratégia política, reiterar essa posição (Vargas LLosa 1993: 127):

"Al comenzar mi actividad política, adelantándome a lo que, era evidente, mis adversarios tratarían de explotar a fondo en los meses y años siguientes, expliqué en una entrevista con César

Hildebrant que yo no era creyente, tampoco un ateo, sino un agnóstico, pero que no discutiría en la campaña sobre religión. Pues las creencias religiosas, como las amistades, la vida sexual y la sentimental, pertenecen al dominio de lo privado, deben ser rigurosamente respetadas y en ningún caso convertidas en materia de debate público.”

Diante desta posição de agnóstico, num país que como já falamos, tem uma forte tradição e presença da igreja católica, Fujimori se mostrou diante da opinião pública peruana, durante a campanha para o segundo turno eleitoral, como um católico praticante.

Sem precisar levantar diretamente o tema, qualquer presença de evangélicos na sua agrupação política, não interferia nem em sua opção religiosa, nem na sua proposta política, mantendo assim uma implícita separação de ambos conceitos.

**b.2) A relação de Fujimori com membros de igrejas evangélicas.**- Nas listas de candidatos a senadores e deputados de *Cambio 90*, encontravam-se pessoas de confissão evangélica. Segundo Vargas Llosa (1993: 494), pelo menos 15 pastores evangélicos foram eleitos senadores e

deputados nas filas de *Cambio 90*. Devemos destacar aqui, que o candidato a Segundo Vice-Presidente da República, Carlos García, havia sido Presidente do *CONEP* (Conselho Nacional Evangélico Peruano). Quando o tema religioso cobrou importância na campanha eleitoral, Fujimori não atribui maior importância aos seus vínculos com membros de igrejas evangélicas. Porém Daeschner (1993: 89-91) afirma que o próprio Fujimori teve várias reuniões informais com dirigentes do *CONEP* para discutir a possibilidade do apoio do povo evangélico. De fato, segundo este autor, membros de igrejas evangélicas já haviam tentado no passado (tanto nas eleições de 1980 quanto nas de 1985) formar grupos políticos, mas sem conseguir sequer registrar suas agrupações. Mais adiante, Daeschner (1993: 95) expõe da seguinte maneira a importância potencial do apoio da população de confissão evangélica no Peru:

“...Tenían iglesias en las barriadas más pobres, y sus misioneros predicaban de puerta en puerta aún en los más apartados rincones del interior del Perú. Las iglesias evangélicas, o ‘templos’, proporcionaban un lugar de reunión y una forma de esparcimiento en muchas aldeas, y sus pastores a menudo representaban la única autoridad institucional en las numerosas

áreas en que los subversivos habían matado a funcionarios del gobierno.”

Daeschner também afirma que Fujimori conseguiu o apoio de um pastor batista chamado Pedro Vilchez, o qual tinha muitos contatos evangélicos no interior do Peru, e que serviu a Fujimori para conseguir aproximações com outros dirigentes e bases evangélicas por todo o país, patrocinando o apoio evangélico a Fujimori, a quem apresentava como Reitor da UNA (Universidad Nacional Agraria de La Molina), que se bem era católico, estava tratando de formar uma equipe honesta para governar o país. Com esses contatos, se conseguia apoio para que os pastores distribuíssem folhetos e material propagandístico de Fujimori.

Salcedo (1990: 82) por sua vez, lembra que Guillermo Yoshikawa, dirigente da Igreja Metodista, escreveu uma carta aberta ao povo evangélico, pedindo apoio para os candidatos de *Cambio 90*.

**b.3) Manifestações de membros da hierarquia da igreja católica.**- Depois dos resultados do primeiro turno, houve certa inquietação por parte de membros do alto clero católico peruano, que se traduziram em manifestações públicas sobre o tema religioso neste processo eleitoral. No dia

15 de abril de 1990, o Arcebispo de Lima, respaldou indiretamente à candidatura de Vargas Llosa ao declarar na TV sobre o agnosticismo, dizendo que era uma posição de busca, na qual se podia recuperar a fé.

Diante da circulação de panfletos anônimos nos que se afirmava que com a eleição de Fujimori, as igrejas evangélicas teriam os mesmos reconhecimentos e prerrogativas que a igreja católica, o Arcebispo de Arequipa, Fernando Vargas Ruiz de Somocurcio, declarou na TV no dia 18 de abril, que se estava desafiando à religião majoritária do país. No dia 20 de abril, os Bispos do Peru publicaram um comunicado afirmando que a igreja católica manteria sua neutralidade política e condenavam a manipulação religiosa com fins políticos.

A fins de maio de 1990, o Arcebispo de Lima publicou uma carta na qual considerava que havia sido desatada uma campanha por algumas seitas evangélicas contra a igreja católica; na mesma carta anunciava que no dia 31 de maio, se realizaria uma procissão da imagem do “Senhor dos Milagres”<sup>3</sup> pelas ruas de Lima, para demonstrar o catolicismo da população peruana. Uma atitude parecida tomou o Arcebispo de Arequipa que convocou à procissão da imagem da “Virgem de Chapi” para o dia 26 de maio. O Bispo de Cajamarca,

---

<sup>3</sup> Tradicionalmente, a imagem do “Senhor dos Milagres” sai em procissão pelas ruas de Lima no mês de outubro, convocando a multidões de fiéis nas ruas. De um modo similar, a “Virgem de Chapi”, é uma imagem muito venerada em Arequipa.

José Dammert, criticou ao Arcebispo de Lima, dizendo que este havia-se deixado manipular pela *Fredemo*.

Além destes fatos, Vargas LLosa afirma que tanto o Arcebispo de Lima, como o Arcebispo de Arequipa, o visitaram secretamente e por separado em diferentes ocasiões. Nestas visitas, ambos personagens do alto clero peruano, lhe manifestaram ao escritor a preocupação pelo avanço da candidatura de Fujimori e do respaldo evangélico que esta tinha (Vargas LLosa 1993: 483-487 e 495-496).

### **c) O fator socio-econômico.**

Os próprios assessores de Vargas LLosa, sabiam por meio de pesquisas feitas por eles, que o escritor era tido pela população como o candidato dos ricos e já durante a campanha pelo primeiro turno, as pesquisas de *Sawyer & Miller* apontavam que a *Fredemo* não conseguia gerar a adesão dos setores C e D da população; embora nessa pesquisa, se chegou a estabelecer que a sociedade tinha o convencimento da necessidade de implantar no país as propostas da *Fredemo*, os eleitores não associavam essas idéias com o pleno respaldo à candidatura do escritor (Vargas LLosa 1991: 32,47,49):

"...Era como si muchos peruanos creyeran que Vargas LLosa tenía razón pero que el Frente Democrático, con su composición, no representaba aquello que predicaba."

"...Más peruanos aceptaban propuestas liberales, pero no más peruanos iban por ello a votar por Vargas LLosa."

Devemos acrescentar porém que a pesar de que as pesquisas de *Sawyer & Miller* registravam a falta de apoio dos setores populares, mesmo assim, de um modo geral, até março de 1990 a *Fredemo* continuava à cabeça das pesquisas de um modo geral, tal como mais adiante esse mesmo autor cita (Vargas LLosa 1991: 93). Eis aqui um ponto de reflexão. Até esse momento, aparentemente, a opção por Vargas LLosa era refletida nas pesquisas como a da maioria, embora não houvesse convicção plena por ela. Deste modo, talvez, as pesquisas já estavam registrando uma posição ambígua do eleitorado peruano: a opção pela *Fredemo* se constituía na única alternativa válida diante das outras, embora o eleitor estivesse disposto a mudar de opção se encontrasse outra alternativa que considerasse melhor que esta.

Numa pesquisa de *Sawyer & Miller*, foi perguntado aos peruanos qual era a opinião que eles tinham do candidato Vargas LLosa, os resultados foram os seguintes:

Muito favorável	19%
Algo favorável	24%
Neutral	15%
Algo desfavorável	13%
Muito desfavorável	18%

**Fonte:** *Sawyer & Miller* entre março e abril de 1990<sup>4</sup>

O próprio Vargas LLosa (1993: 447), percebeu que o fator socio-econômico teve uma grande importância nas eleições e descreve da seguinte maneira, a auto-percepção de divisão e confronto de classes na sociedade peruana nessa conjuntura:

---

<sup>4</sup> Citado por Vargas Llosa (1991: 93-94)

"... esas clases medias y altas se habían afiliado en bloque a un proyecto político. Pero los otros dos tercios, los peruanos más empobrecidos y frustrados... se habían luego distanciado... por miedo, confusión, disgusto con lo que apareció de pronto como el viejo Perú elitista y arrogante de los blancos y los ricos -algo que nuestra publicidad contribuyó a crear tanto como la campaña de los adversarios..." (p.447).

#### **4.3) O debate.**

Além de certos fatores relevantes, durante a campanha eleitoral para o segundo turno, a *Fredemo* procurou estabelecer um debate entre o seu candidato e Fujimori. Pretendia-se com este debate, favorecer a imagem de Vargas LLosá diante do seu opositor, já que desde a repentina aparição política de Fujimori no primeiro turno, o eleitorado não conhecia qual seria o programa de governo que Fujimori poderia apresentar. Houve convicção na *Fredemo* de que o *Cambio 90* de Fujimori não possuía nem um programa de governo, nem um mínimo preparo de apresentar diretrizes para solucionar os principais problemas do país. Com essa convicção a *Fredemo* propiciou e alentou

negociações com dirigentes de *Cambio 90* para realizar um debate transmitido pela TV, entre os dois candidatos, acreditando que seria a ocasião de demonstrar a fragilidade e improvisação da candidatura de Fujimori (Vargas LLosa 1991: 195-204)

Comissões negociadoras da *Fredemo* e de *Cambio 90*, acordarão realizar o debate no dia 3 de junho de 1990 no Centro Cívico. Segundo o acordo, não haveria um painel de jornalistas mas apenas um jornalista que atuaria de moderador, ficando estabelecido desse jeito, um confronto direto entre ambos candidatos. Os temas estabelecidos para o debate foram:

- \* pacificação nacional.
- \* desenvolvimento agrário.
- \* educação.
- \* trabalho e informalidade (economia subterrânea ou informal).
- \* o papel do Estado.
- \* programa econômico.

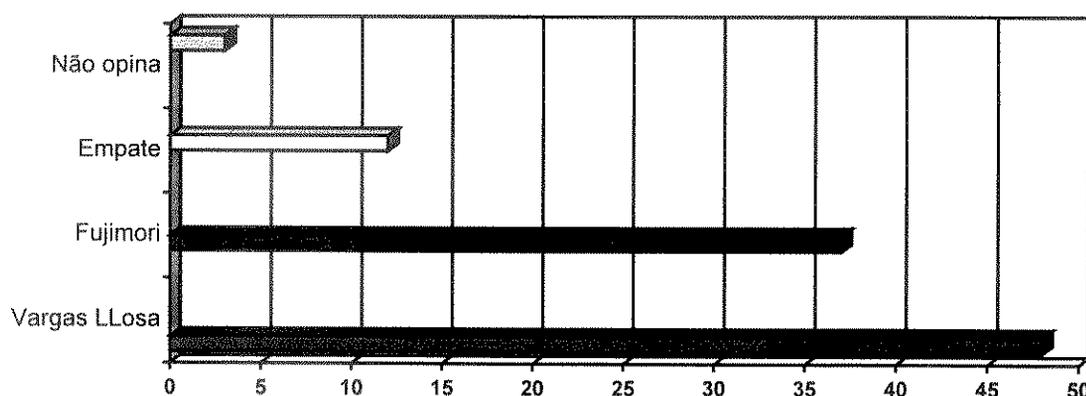
Cada candidato teria direito a uma exposição de seis minutos, uma réplica de três minutos e uma duplica de dois minutos.

Durante o debate, Vargas LLosa, acostumado a falar diante das câmaras de TV, se mostrou com maior desenvoltura e fazia suas exposições e intervenções, apenas consultando algumas anotações para cada tema. No entanto, Fujimori havia preparado todas as suas intervenções por escrito,

limitando-se a ler os textos que trouxera preparados. Mas Fujimori aproveitou a ocasião para insistir nos grandes temores da população: a *Fredemo* significaria para o país o “shock “ econômico, um milhão de desempregados e o fim da gratuidade do ensino público.

Ao concluir o debate, nos últimos cinco minutos que cada candidato tinha para encerrar sua exposição, Fujimori fez uma acusação espetacular, mostrando diante da TV o exemplar do jornal *Ojo* do dia seguinte, onde se comemorava a vitória de Vargas LLosa com uma enorme manchete: “Vargas LLosa ganhou a Fujimori por knock out”. A pesar dessa última intervenção de Fujimori, segundo uma pesquisa de opinião pública nível nacional, os peruanos consideraram que Vargas LLosa era o vencedor daquele confronto:

#### Quem ganhou o debate?



Margem de erro: entre 2,5% e 4%

Fonte: Apoyo S.A.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Gráfico elaborado com base nos dados da cita feita por Salcedo (1990, p.101).

#### 4.4) Os resultados no segundo turno.

Segundo as pesquisas de opinião pública feitas por algumas agências até pouco antes do segundo turno eleitoral, o panorama não era muito claro ainda: algumas pesquisas mostravam o triunfo de Vargas Llosa e outras o de Fujimori, quer dizer, aparentemente, a população peruana ainda não se definia de uma maneira evidente por uma das candidaturas. Estas pesquisas somente foram divulgadas ao público depois das eleições porque as leis peruanas, proíbem propaganda política e divulgação de pesquisas nos dias próximos de uma eleição. Vejamos as pesquisas:

	<b>Fredemo</b>	<b>Cambio 90</b>
<b>Apoyo S.A.</b>	39%	41%
<b>Peruana de Opinión Pública (POP)</b>	41.6%	42.3%
<b>Datum</b>	50.8%	49.2%
<b>Compañía Peruana de Investigación de Mercados (CPI)</b>	46.9%	53.1%
<b>Bites y Bytes</b>	34.7%	42.3%

**Fonte:** Revista *Sí* do 12 de junho de 1990.

Os resultados do segundo turno eleitoral, realizado no dia 10 de junho de 1990, são bastante surpreendentes. De um virtual empate técnico no primeiro turno, Fujimori passa a obter a votação da maioria da população contra um magro resultado eleitoral de Vargas LLosá:

### RESULTADOS DO SEGUNDO TURNO ELEITORAL

(Resultados oficiais a nível nacional)

Candidato	Resultado em votos	Resultado em %
Alberto Fujimori Fujimori	4.489.897	62,4
Mario Vargas LLosá	2.708.291	37,6
Votos Válidos	7.198.188	90,5
Votos Nulos	604.598	7,6
Votos Em Branco	155.446	1,9
Votos Emitidos	7.958.232	79,5
Ausentismo	2.049.382	20,5

Fonte: Tuesta Soldevilla 1994: 149

Mais além destes resultados oficiais, mostraremos por último, uma pesquisa realizada depois das eleições<sup>6</sup>, onde se verificaram as razões pelas quais não se confiou o voto em Vargas LLosá, e com quanto tempo de antecedência, o eleitor decidiu o seu voto:

#### **Por que não votou em Mario Vargas LLosá?**

Porque ele representa os interesses dos ricos	43%
Porque não confio nele	17%
Não gosto das suas idéias de direita	17%
Outras razões	7%
Não sabe dizer/não responde	16%

Margem de erro: 5%

---

<sup>6</sup> *Apoyo S.A.*: "Informe de Opinión" de junho de 1990, p.7.

**Quando decidiu o seu voto?**

No último dia	11%
Na última semana	7%
Nos últimos 15 dias	4%
No último mês	7%
Antes	70%
Não sabe dizer/não responde	1%

Margem de erro: 5%

## Capítulo V

### CONCLUSÕES

Dado que estas conclusões foram elaboradas em base aos acontecimentos ocorridos durante a conjuntura política peruana de 1987-1990, em pleno exercício de um regime democrático, faremos a observação de validar estas conclusões somente para sociedades onde alguma forma de representação política democrática exista.

- Uma proposta de reforma política que pode levar a um país a conseqüências estruturais (tal como foi o caso da proposta de estatização dos bancos no Peru), pode servir para que partidos políticos tradicionais que atravessam por uma crise de credibilidade e desgaste diante da opinião pública, possam retomar uma participação política ativa, desde a perspectiva da oposição, assumindo parte da mobilização da opinião pública que possa não

concordar com a proposta reformista vinda desde o poder (como foi o caso da atuação da *AP* e do *PPC* no Peru).

Do mesmo jeito, uma situação conjuntural desta natureza, é propícia para o surgimento de novas figuras políticas, que em base a algum antecedente de prestígio público, possam ocupar o vazio de uma liderança que torna-se necessária neste tipo de situação, no caso analisado, a proposta de García Pérez possibilita o surgimento de Vargas LLosá.

A confluência de interesses de forças políticas tradicionais que pretendem recuperar um espaço de influência na opinião pública, com a dos interesses de uma nova liderança política em surgimento, que procura também ganhar um espaço de representatividade pública, possibilita o forjamento de uma aliança política implícita entre estes dois tipos de forças (os grupos tradicionais e a liderança nova, como no caso estudado foi a aliança natural da *AP* e do *PPC* com Vargas LLosá) sob o objetivo comum de mobilizar à opinião pública em contra do poder estabelecido. Uma aliança deste tipo, já nesta fase inicial, reúne as condições necessárias para um objetivo final: a aliança política com miras à conquista do poder.

- A existência de uma crise institucional de partidos políticos numa sociedade, caracterizada pela falta de credibilidade, tanto das forças políticas

tradicionais que já usufruíram do poder, quanto das forças políticas que ainda no poder já não gozam do prestígio público; além de criar um vazio de representatividade que possibilita a aparição de novas figuras políticas, permite que a opinião pública dessa sociedade seja susceptível de ser dividida, polarizada, se as forças políticas existentes, introduzem nos seus discursos a associação de valores junto a alternativas de propostas públicas que atingem direta ou indiretamente à cidadania. No Peru de 1987, os valores de *totalitarismo e liberdade*, foram facilmente introduzidos.

- Para que uma nova liderança política seja capaz de mobilizar à opinião pública num contexto de crise de representatividade dos partidos políticos tradicionais, esta nova liderança política, além de precisar ter algum antecedente de prestígio público, precisará também de incluir no seu discurso de convocatória, apelos emocionais segundo os quais, esta nova liderança política se constitua na melhor alternativa diante de outras que pretendidamente, ameaçam de alguma forma a subsistência da cidadania. Estes apelos podem cobrar a forma de ameaça do regime democrático, ameaça de reformas na administração pública que acabem com direitos sociais adquiridos e inclusive como a ameaça da continuidade no poder de forças políticas consideradas como incompetentes ou ineficazes.

- Se numa sociedade, os principais partidos políticos ou as mais representativas forças políticas tradicionais, não demonstram um mínimo de eficiência durante o exercício do poder para garantir as mínimas condições de subsistência para a cidadania, e se nesta sociedade, por razões históricas, o exercício da democracia é limitado e continuamente interrompido, o sistema de representação política através dos partidos entra em crise e a sociedade pode demonstrar o seu descontentamento com este sistema por meio da rejeição da classe política tradicional como um todo. No caso analisado, a maioria da sociedade peruana manifesta desconfiança aos partidos políticos, a aparição de novas figuras sem passado político, é uma consequência desta rejeição.

- Uma proposta política vinda desde o poder é susceptível de ser rejeitada pela cidadania, se aquele que detenta o poder, já não goza mais de total prestígio ou a total credibilidade diante da opinião pública. Se uma nova figura política aparece então em cena, esta nova figura pode ser o meio pelo qual a cidadania canalize o seu descontentamento com quem detenta o poder.

- A opinião pública pode atribuir determinadas características a uma nova liderança política. Neste processo de atribuição de características, a opinião pública se baseia não somente na trajetória pública anterior do novo líder, mas pela proximidade ou distanciamento que ele manifeste com determinados setores da sociedade, sejam eles setores de representatividade popular ou setores sociais de influência política ou econômica. Desse jeito, a opinião pública pode atribuir ao novo líder político, características semelhantes às que reconhece nas forças políticas com as que o novo líder entre em aliança ou pode atribuir-lhe também características da oligarquia se o novo líder se aproximar muito das elites de poderio econômico, como também pode lhe conferir ao novo líder, a característica de “legítimo representante popular”, se a nova liderança se mantém muito próxima com os setores populares. Estas aproximações ou distanciamentos, podem ser interpretados como tais pela opinião pública, segundo a trajetória pública anterior do novo líder, o conteúdo dos seus discursos, sua origem socio-econômico ou as alianças implícitas ou explícitas que o novo líder realize com outras forças políticas.

A caracterização que a opinião pública atribui a um novo líder político é da maior importância para o seu desempenho, já que o novo líder poderá exercer ou não algum grau de influência na população, em relação direta à aceitação ou não que a sociedade permita de tais características.

- Em determinadas sociedades, o exercício da participação democrática da cidadania se vê limitado ao exercício eleitoral. Em sociedades onde o regime democrático não está devidamente fortalecido e consolidado (como foi o caso da sociedade peruana na conjuntura analisada) o ato de votar, de realizar a escolha por um candidato no dia de uma eleição, se sobre-valoriza como se fosse a expressão máxima e quase exclusiva da democracia, embora o próprio ato de votar seja forçado por lei. A sobre-valorização do voto pode trazer como consequência, que o eleitor use esta faculdade como arma de punição mais do que como meio de eleger um representante; o eleitor pode punir a uma o mais forças políticas com a que esteja descontente, podendo fazer uma opção por um candidato ou uma agrupação política, não por convicção mas como forma de rejeitar às outras alternativas existentes.

- A difusão massiva de informação na que se constate o uso de recursos de força ou violência exagerada por parte do poder estabelecido, para impor uma reforma pública não aceita plenamente, ajuda a consolidar na opinião pública uma atitude de rejeição em relação à reforma vinda desde o poder. A intervenção violenta de policiais em alguns bancos peruanos em 1987, resultou

numa grande cobertura jornalística deste fato e ajudou a mobilizar a oposição de uma grande parcela da opinião pública contra a estatização.

- Se num contexto de crise de representatividade de partidos políticos, uma liderança nova rompe com as alianças que mantinha com outras forças políticas, essa liderança receberá o respaldo de boa parte da opinião pública, já que esse gesto será interpretado pela população como um sinal no nível das cúpulas de poder, da mesma desconfiança que a população possa ter para com os partidos políticos existentes. Durante uma campanha eleitoral, o rompimento de alianças políticas pode incrementar o caudal das intenções de voto, se a iniciativa da ruptura parte da nova liderança política. Lembremos que Vargas Llosa teve um importante crescimento nas intenções de voto pela sua candidatura presidencial, logo após o seu rompimento com *AP* e *PPC*.

- Num contexto de crise de partidos políticos, uma estratégia para que uma nova liderança política ganhe o respaldo da população, é a de reafirmar a falta de legitimidade ou de representatividade destas instituições através da constante crítica aos partidos políticos, ressaltando sua ineficiência na administração e o incumprimento de promessas feitas durante campanhas

eleitorais. Outra estratégia de um novo líder político nestas condições, é a de afastar de si mesmo, qualquer vinculação com as forças políticas tradicionais ou também a de enfatizar a falta de um passado político ou enfatizar uma trajetória pública anterior desvinculada completamente de partidos ou personagens da política tradicional. Outra estratégia consiste em reivindicar para a população o seu espaço de "representação legítima", entendendo isto como o direito da população de ser representados na política ativa por pessoas ou novos líderes políticos que se assemelhem do cidadão médio que não tem nem vínculos com partidos políticos nem chances de entrar em contato direto com as cúpulas do poder político, ou ainda, denunciando a falta de possibilidades que mesmo o cidadão médio que milita em algum partido, tem para alcançar as altas esferas do poder, projetando assim a imagem de que as lideranças políticas tradicionais, delimitam cúpulas elitistas para alcançar o exercício do poder, afastando ao cidadão médio disto e somente valendo-se dele para alcançar tal finalidade. Tanto Belmont Cassinelli quanto Fujimori, fizeram uso destes recursos nas suas campanhas eleitorais.

- Uma estratégia para alcançar a empatia com o eleitorado, é a de apresentar ao candidato como alguém muito próximo do eleitor, de passar ao eleitor a imagem de que o candidato pertence de alguma maneira à maioria do

eleitorado, de que embora o candidato não seja idêntico ao eleitor médio, comungue com este nos seus anseios e expectativas. Neste sentido, é de suma importância tanto a forma como o conteúdo do discurso a ser usado pelo candidato; o candidato deve apresentar conteúdos similares ou muito próximos das demandas da maioria do eleitorado, mas não basta com isto, é preciso que este conteúdo seja transmitido de uma maneira também similar ou muito próxima à linguagem que seria usada pelo eleitor para formular suas demandas, por tanto, tanto no conteúdo como na forma de apresentar seus discursos, o candidato deve procurar que de maneira geral o discurso seja acessível e compreensível para o eleitor médio.

Contrariamente a tudo isto, um discurso de conteúdo que possa resultar complexo, difícil de entender para o eleitor médio, e que tome formas muito elaboradas para os eleitores, ocasiona rejeição ou um sentimento de distanciamento do eleitor com o candidato. Mesmo que um discurso eleitoral ou político, transmita valores elevados e propostas de governo ou de administração pública que garantam soluções para os problemas e as necessidades de uma sociedade, se o discurso não privilegia a identificação do eleitor com o seu conteúdo e a maneira em como é exposto, não conseguirá o apoio popular.

O discurso político numa campanha eleitoral, deve encaminhar as demandas populares de modo tal que o candidato passe a ser uma espécie de

porta-voz do eleitor médio, estabelecendo uma comunicação horizontal com a população. Um discurso político cujos argumentos incidam na necessidade de "ensinar" ao eleitor qual a alternativa que ele deve tomar para solucionar os problemas que enfrenta a sociedade, estabelece uma linha de comunicação vertical com o eleitor, onde este pode rejeitar facilmente uma atitude que pode ser considerada como paternalista ou arrogante, embora lhe estejam sendo oferecidas boas alternativas para a solução dos problemas da sua sociedade.

- Quando o discurso político durante uma campanha eleitoral entra em detalhes sobre a maneira em como se pretende dar solução aos problemas da sociedade, se corre o risco de que os adversários políticos possam re-manejar alguns aspectos deste discurso em contra de quem o pronunciou, sendo posteriormente muito difícil reconduzir à opinião pública ao sentido original do discurso. O discurso de campanha eleitoral, deve portanto privilegiar a oferta de alternativas para solucionar os problemas que enfrenta a sociedade. Vargas Llosa, foi vítima do seu próprio discurso, proporcionou ao *APRA*, todos os elementos para montar uma campanha em contra dele.

- O discurso de campanha eleitoral deve estar carregado de elementos emocionais que mobilizem (também a través deste recurso) ao eleitor a favor do candidato. O discurso eleitoral que esquece os apelos emocionais e que privilegia somente a apresentação racional de propostas de governo, não consegue motivar ao eleitor para esta alternativa, embora esteja oferecendo as melhores soluções aos problemas de uma sociedade.

- A eficácia de uma campanha eleitoral não se encontra em relação direta nem aos recursos tecnológicos que utiliza, nem à antigüidade com que é realizada. Isto é, o fato de que uma campanha eleitoral conte com os melhores e maiores recursos tecnológicos, não garante um efetivo resultado nas urnas. Do mesmo jeito, o fato de que uma campanha eleitoral seja realizada com maior anterioridade a que a de outros candidatos, não influi de maneira determinante na decisão final do eleitor.

O mero uso de recursos tecnológicos não indica que a estratégia de campanha de modo geral e a propaganda política de um modo particular, seja a mais adequada ao meio em que se desenvolve. O uso exagerado e saturador de meios tecnológicos numa sociedade empobrecida, pode por exemplo, levar ao eleitor a caracterizar ao candidato que se vale destes meios, como um candidato que longe de se assemelhar com as esperanças do eleitorado, se

mostra como alguém pertencente o muito próximo aos grupos de poder oligárquicos. O uso de recursos tecnológicos, deve estar em função da necessidade real da campanha, de divulgar a mensagem do candidato e estimular ao eleitor a se identificar com ele, por meio de uma adequada estratégia; esta estratégia, deve respeitar a identidade cultural do eleitor médio, por tanto, a estratégia deve ser desenvolvida, não somente como uma transmissão de informação, mas como uma difusão na que se considere se os meios de comunicação a serem usados e a maneira em como serão empregados, se adequem às características históricas, étnicas e socio-econômicas do eleitor, quer dizer, se adequem com a identidade do eleitor.

As mesmas considerações até aqui expostas, são válidas enquanto a antigüidade de uma campanha eleitoral. Mas além de considerar a identidade do eleitor, a antigüidade de uma campanha eleitoral não terá a menor repercussão na sua eficácia, se como parte da estratégia eleitoral, a campanha não considera um ponto primordial antes citado: satisfazer as expectativas do eleitor. Deste modo, temos que se um candidato faz uma campanha com muita anterioridade às dos outros candidatos, mas não estabelece vínculos que o identifiquem com o eleitor médio, o tempo de exposição do candidato pode ser um fator contrário aos seus objetivos eleitorais, já que seus argumentos, por terem sido expostos durante um período maior, estarão mais acessíveis a serem questionados pelos seus concorrentes, e se estes re-manejarem

adequadamente tais argumentos em contra do candidato mais antigo em campanha, este terá que distrair boa parte do final de sua campanha, em esforços por concertar sua imagem junto ao eleitorado.

- Uma campanha eleitoral deve guardar um princípio de unidade do princípio até o final. Se existem divisões enquanto a estratégias publicitárias ou declarações públicas contraditórias por parte de dirigentes de uma mesma agrupação política ou de uma aliança de grupos políticos com fins eleitorais, se corre o risco de passar ao eleitorado uma imagem de falta de coesão ao interior da agrupação, gerando uma falta de credibilidade junto ao eleitor, que poderá perceber neste tipo de atitudes, uma ameaça em tanto que, a mesma falta de coesão pode ser repetida durante o exercício do poder uma vez eleitos e por tanto, a agrupação política perde também por este motivo, sua credibilidade. Contradições na *Fredemo* originaram uma temporal renúncia de Vargas LLosá e a existência de diferentes critérios de propaganda na TV de *Libertad*, causaram excessos por parte de candidatos ao Congresso. Tudo isto por sua vez, passou à opinião pública uma imagem de falta de unidade nesses grupos políticos.

- Numa campanha eleitoral, a difusão massiva de informação na que se constate o uso desmedido ou exagerado de recursos para persuadir ao eleitor sobre qualquer assunto, gera o efeito contrário ao desejado: gera rejeição pela proposta do discurso, seja por simples razão de saturação ou sobre-exposição da informação ou pela desconfiança que gera no eleitor a insistência desta persuasão.

- Uma maneira efetiva de re-manejar os elementos de uma campanha eleitoral em contra de um candidato, é a de procurar no discurso do candidato os elementos que possam ser apresentados de modo a apresentá-los sob a perspectiva que se sabe que é rejeitada ou que pode ser rejeitada pela maioria dos eleitores. Muito particularmente, se existem temores na população acerca de uma o mais propostas de um candidato o de alguma característica dele que não seja aceita pelos eleitores, a maneira mas eficaz para desprestigiar essa candidatura junto à opinião pública, será a de sobre-dimensionar e difundir persistentemente estes aspectos, acrescentando inclusive dados que não constituíam originalmente parte do discurso ou das características do candidato a ser combatido.

Este tipo de contra-campanha política gera facilmente rejeição contra um candidato, sempre que este tenha descuidado sua identificação com o eleitor,

mas não necessariamente conduz à opinião pública a favorecer com sua votação a quem dirige a contra-campanha, simplesmente desanima ao eleitor respeito a um determinado candidato. Este desânimo do eleitor, poder ser capitalizado por qualquer outro candidato que esteja mais próximo do candidato ideal do eleitor.

- Um candidato virtualmente "desconhecido" pela maioria de um eleitorado, pode não ser percebido como tal ou pode não encontrar impedimento para captar uma boa parcela dos votos numa eleição, se reúne ou pelo menos aparenta reunir as características que cubram as expectativas da maioria de uma população. Para que um candidato deste tipo passe a ser "conhecido" ou legitimado pela opinião pública, deverá também ter alguma trajetória pública anterior que o eleitorado considere respeitável ou digna de atribuir-lhe credibilidade. Fujimori veio a ocupar um espaço existente nas intenções de voto da maioria do eleitorado peruano: o perfil do candidato ideal estava traçado, faltava definir o rosto que correspondia a esse perfil.

- Em determinadas circunstâncias, o silêncio de um candidato como parte principal do seu discurso, poder ser usado como estratégia de campanha. Para

entender este ponto, devemos em primeiro lugar considerar quais as condições gerais na que se desenvolve uma campanha eleitoral. Existindo manifestações de rejeição do eleitorado para com os candidatos que representam às forças políticas tradicionais ou às forças principais na disputa eleitoral, o silêncio de uma nova alternativa pode servir justamente para não entrar em detalhes sobre as ofertas eleitorais. Além disto, não devemos esquecer que o candidato que use este recurso, deve projetar alguma imagem de credibilidade para o eleitor. Devemos também por tanto, entender que este silêncio não é um silêncio absoluto, mas um discurso simplificado onde se apresentem aos eleitores, idéias gerais que estejam em concordância com suas expectativas e também a afirmação de não representar aquilo que o eleitor médio rejeita nos outros candidatos. O silêncio entendido no seu senso estrito, será usado simplesmente para não detalhar de que modo o candidato realizará uma vez no poder, aquilo que o eleitor espera dele, ou de que modo ele não realizará aquilo que o eleitor não espera que faça. Devemos concluir por tanto, que nos referimos aqui a um silêncio enquanto a um programa concreto de governo, que oferece em troca disto, diretrizes gerais de governabilidade.

- A credibilidade de um candidato se constrói em base às expectativas do eleitor. Vimos com anterioridade que a opinião pública atribui características às

lideranças políticas considerando os seguintes fatores: uma trajetória pública anterior e as aproximações o distanciamentos com determinados setores da sociedade. Já nestes dois fatores encontramos elementos que contribuem para que o eleitor atribua o não, credibilidade a um candidato. Mas além disto, a propaganda que o candidato realize numa campanha eleitoral, assim como o conteúdo e a forma dos seus discursos (lembrando as considerações anteriormente citadas ao referirmos a estes elementos), constróem também a credibilidade do candidato. Se pelos seus discursos e pela propaganda realizada, o candidato se aproxima a uma identificação com o eleitor ou pelo menos a uma empatia com ele, o candidato, pela aproximação conseguida com o seu potencial eleitor, passará a ser considerado digno de crédito por ele.

- As pesquisas de opinião pública são formuladas em base a um "statu quo" e por tanto, não são preparadas em base a uma análise prévia da sociedade em donde elas serão aplicadas. Deste jeito, mais de que falar em um "voto oculto", inesperado por um candidato "desconhecido", poderíamos falar de pesquisas que não oferecem chances ao entrevistado, de manifestar se tomaria alguma postura diferente à de simplesmente optar pelas alternativas mais conhecidas ou publicitadas pelos meios de comunicação. Diante de alternativas fechadas, a inclinação natural de um eleitor diante de uma

pesquisa, será a de se inclinar por aquele candidato que segundo as informações veiculadas, projete uma imagem de ser a "melhor alternativa", mesmo que esta "melhor alternativa", não responda às expectativas do entrevistado.

- Por último, para entender como um candidato desconhecido pela maioria da população até pouco tempo antes de uma eleição, consegue capturar uma parcela importante do eleitorado, além de todas as considerações até aqui expostas, deve-se examinar o contexto social, político e econômico no qual surge. Entendendo os fatores conjunturais no qual um fenômeno eleitoral desta natureza acontece, poderemos entender também como uma população se inclina maioritariamente a ser representada por um candidato que expressa e simboliza o descontentamento de uma sociedade para com um sistema de representação política ou para com a forma em que este sistema tem sido usado até esse momento, pelas forças políticas tradicionais.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- DAESCHNER, Jeff. **La guerra del fin de la democracia: Vargas Llosa vs. Fujimori.** Tradução Mirko Lauer. Lima: Peru Reporting, 1993. 373p.
- DEGREGORI, Carlos Iván, GROMPONE, Romeo. **Elecciones 1990. Demonios y redentores en el nuevo Perú: Una tragedia en dos vueltas.** Lima: Institutos de Estudios Peruanos, 1991. 142p. (Serie: Colección mínima, vol.22)
- FIGUEIREDO, Marcus. **A decisão do voto: Democracia e Racionalidade.** São Paulo: Editora Sumaré/ANPOCS, 1991. 215p.
- SALCEDO, José María. **Tsunami Presidente.** Lima: Editorial Venus S.A., 1990. 111p.
- TUESTA SOLDEVILLA, Fernando. **Perú político en cifras: Élite política y elecciones.** Lima: Fundación Friedrich Ebert, 1994. 215p.
- VARGAS LLOSA, Alvaro. **El diablo en campaña.** Madrid: Ediciones El País S.A./Aguilar S.A. de Ediciones, 1991. 221p.
- VARGAS LLOSA, Mario. **El pez en el agua.** segunda reimpressão. Santafé de Bogotá: Editorial Seix Barral S.A., 1993. 541p. (Colección Biblioteca breve)
- ZUZUNAGA FLÓREZ, Carlos. **Vargas Llosa: El arte de perder una elección.** Lima: PEISA, Promoción Editorial Inca S.A, 1992. 233p.

## **BIBLIOGRAFIA**

ABUGATTAS, Juan, AMES, Rolando, LÓPEZ, Sinesio. **Desde el Límite**: Perú, reflexiones en el umbral de una nueva época. Lima: Instituto Democracia y Socialismo, 1992. 307p.

ASAMBLEA CONSTITUYENTE DEL PERÚ, 1979, Lima. **Nueva Constitución Política del Perú...** Sancionada y Promulgada por la Asamblea Constituyente el 12 de julio de 1979. Lima: Industrias Gráficas Ingeniería S.A., 1979. 75p.

BROWN, Mark M. (El consejero inglés habla sobre) Un pez fuera del agua. **Oiga. Semanario de actualidad**. Lima, V Etapa No.544, p.46-50, jul. 1991.

JOCHAMOWITZ, Luis. **Ciudadano Fujimori**: La construcción de un político. Lima: PEISA, Promoción Editorial Inca S.A., 1993. 346p.

PEASE GARCÍA, Henry. **Los años de la langosta**: La escena política del fujimorismo. Lima: La Voz ediciones, 1994. 439p.

ROJAS SAMANEZ, Alvaro. **Partidos políticos en el Perú**: Manual y registro. 2.ed. Lima: Centro de Documentación e Información Andina, [1983?]. 328p.

TORRES GUZMÁN, Alfredo. **Perfil del elector**. Lima: Editorial Apoyo S.A., 1989. 135p.