



COLEGIO
SAN AGUSTÍN

PORTADA DEL TRABAJO

INVESTIGACIÓN HISTÓRICA

Nombre y apellidos: Gonzalo Cervera De la Flor

Código del alumno: 49365 - 0015

Año y sección: 5to "F"

Curso: Historia NS

Título: ¿Cuáles fueron los factores determinantes para que Alberto Fujimori gane las elecciones presidenciales de 1990?

Profesor: Jose Antonio Cangalaya Sevillano

Fecha de entrega: 20 / 08 / 15

DECLARACIÓN DEL ALUMNO

El trabajo no se evaluará si la declaración no está firmada por el alumno.

Bajo mi honor y responsabilidad, declaro que este trabajo ha sido realizado exclusivamente por mí, sin haber recibido ayuda no autorizada.

Cuando las palabras, ideas o gráficos usados no son míos, lo he hecho constar citando las fuentes (escritas u orales) en detalle, según el modelo del colegio.

Firma del alumno: **Fecha:** 20 / 08 / 15

Este documento debe ser referenciado de la siguiente manera:

Cervera De la Flor, G. (2015). ¿Cuáles fueron los factores determinantes para que Alberto Fujimori gane las elecciones presidenciales de 1990? (Trabajo de Investigación Histórica. Monografía). Centro Educativo Particular San Agustín, Lima, Perú.

Resultados de la evaluación Interna:

N°	TÍTULO	PUNTAJE							OBSERVACIONES
		A	B	C	D	E	F		
4	¿Cuáles fueron los factores determinantes para que Alberto Fujimori gane las elecciones presidenciales de 1990?	3	6	4	6	2	3	24	Buen trabajo, presenta pruebas acorde a la pregunta de investigación.

¿Cuáles fueron los factores determinantes para que Alberto Fujimori gane las elecciones presidenciales de 1990?

Total de palabras: 1978

ÍNDICE

A. Plan de investigación.....	3
B. Resumen.....	3
C. Evaluación de las fuentes.....	6
D. Análisis.....	7
E. Conclusión.....	9
F. Lista de fuentes.....	10

A. PLAN DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles fueron los factores determinantes para que Alberto Fujimori gane las elecciones presidenciales de 1990?

La finalidad de la presente investigación es analizar los factores que favorecieron el ascenso de Alberto Fujimori a la Presidencia de la República del Perú tras las elecciones de 1990. El motivo del trabajo es el interés por conocer qué permitió que una figura desconocida, como lo fue Fujimori, llegue a ocupar el cargo de presidente del Perú.

De este modo abordaré y relacionaré la situación interna y la campaña de Fujimori con su victoria en las elecciones mencionadas. Para esto haré uso de dos fuentes principales: *La República Embrujada* de Alfredo Barnechea y *El Expediente Fujimori* de Sally Bowen, con el objetivo de conocer el contexto referido y poder identificar los factores determinantes para la victoria del candidato, además de presentar información gráfica y tabulada que me permita corroborar lo expuesto por las fuentes abordadas.

B. RESUMEN

A partir de la información obtenida, los factores que favorecieron la victoria de Alberto Fujimori en las elecciones presidenciales de 1990 son los siguientes:

1. Coyuntura socioeconómica

Desde finales del primer gobierno de Belaúnde (1980-1985), el Perú atravesaba una época de crisis económica. En 1985, Alan García tomó el cargo de Presidente de la República, con un intento de obtener soluciones inmediatas y la carencia de un plan económico a largo plazo, sumergiendo al país en la denominada como la mayor crisis económica de la historia peruana. En 1988, a mediados del gobierno de Alan García, “la inflación era de 1,722%, la producción había caído 7.3%, y los ingresos habían decrecido (...). En 1989, la inflación fue 2,775% y el Producto cayó 13.8%”¹. Del mismo modo, “en apenas cinco años, la moneda nacional se devaluó en 10.000%”². Estos altos índices de hiperinflación y la caída significativa del PBI del país tuvieron repercusiones significativas en todos los peruanos por igual, creando una situación interna de temor y desesperanza que Fujimori supo aprovechar.

2. Mensaje transmitido en la campaña

Otro de los factores que posibilitaron la victoria de Fujimori fue el mensaje transmitido por parte del candidato, difundiendo un ideal de cambio y prosperidad que fue de

¹ Barnechea, 1995, pp. 60-61

² Barnechea, 1995, p.310

agrado para la población. Dentro de un Perú económicamente débil, “trabajando solo, Fujimori desarrolló “un mensaje, una imagen que la población respaldaba”³. El mismo nombre del partido se debió a una necesidad de reformas, por lo que la palabra “Cambio” era fundamental dentro de este, mientras que “90” le añadía actualidad. Respaldando la fuerza comunicativa del nombre, Fujimori creó un atractivo lema de campaña: “Honradez, tecnología y trabajo”⁴. Finalmente, para engrandecer su imagen, “Fujimori utilizó sin ninguna vergüenza su herencia japonesa. Durante su campaña dio a entender que su candidatura contaba con el respaldo de Tokio”⁵.

3. Enfoque de la campaña en el sector popular

Sumándose a los anteriores, el enfoque de su campaña fue otro factor que le permitió la victoria. Klarén sostiene que “Fujimori puso sus miras particularmente en el inmenso sector popular o informal de los extensos distritos populares de Lima, cuyos habitantes eran inmigrantes que luchaban para mejorar su suerte, tal como su familia lo había sido”⁶. Por otro lado, a pesar de la campaña austera llevada a cabo a raíz de finanzas limitadas, Fujimori subsanó la falta de capital aprovechándose de medios de publicidad accesibles e ingeniosos. Una forma muy astuta de hacer conocido su nombre fue madrugando a las 4 a.m. para hablar a través de una estación de radio local que llegaba a pequeñas comunidades rurales del país. Como consecuencia, la popularidad del candidato fue mayor en el sector popular y en los departamentos andinos del Perú⁷.

³ Bowen, 2000, p.13

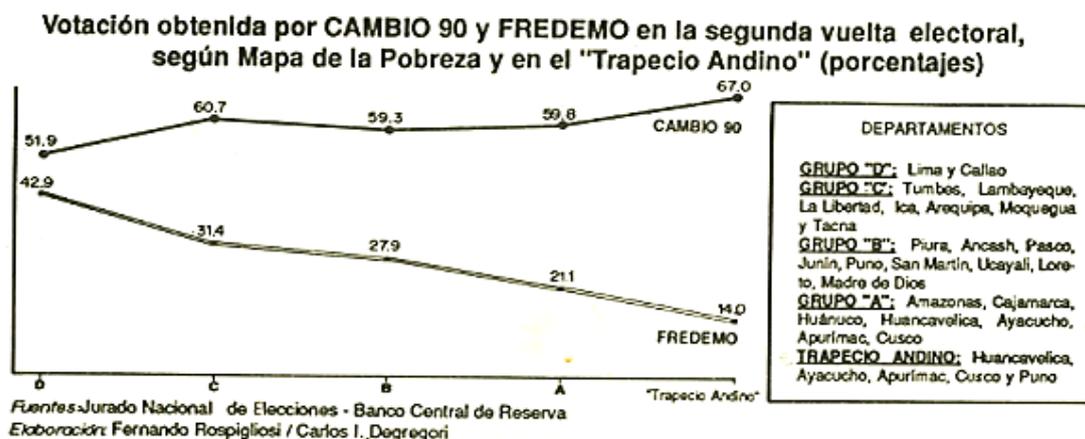
⁴ Universidad de Lima, 2004, p.321

⁵ Bowen, 2000, p.20

⁶ 2011, p.485

⁷ Ver Gráfico 1

GRÁFICO 1



Obtenido de: Degregori, C.I. y Grompone, R. (1991). *Elecciones 1990. Demonios y redentores en el nuevo Perú. Una tragedia en dos vueltas* [versión digital PDF].

Recuperado de: <http://lanic.utexas.edu/project/laoap/iep/ddtlibro36.pdf>

4. Disputa y errores de candidatos adversarios

Finalmente, con la seguridad de que el APRA no iba a ganar, "García movilizó el aparato del Estado contra Vargas Llosa – quien le disgustaba profundamente a raíz de las protestas contra la nacionalización de la banca. (...) Simultáneamente, García llevó a cabo una encubierta campaña para debilitar a Luis Alva Castro"⁸. Por otro lado, Vargas Llosa y el *Frente Democrático (FREDEMO)* inundaban los medios de comunicación con su publicidad y, a pesar de haber ganado el debate de segunda vuelta por puntos, la mención de las medidas económicas propuestas por el escritor fue un error que le costó su aceptación y que finalmente conllevó a su derrota. Es entonces que la popularidad de los candidatos adversarios comenzó a debilitarse, estableciendo a Fujimori como la opción más confiable para la población peruana, como puede evidenciarse en la diferencia porcentual en cuanto a los resultados obtenidos en las votaciones de la primera y segunda vuelta⁹.

⁸ Bowen, 2000, p.21

⁹ Ver Cuadro 1

CUADRO 1. Resultados obtenidos en las elecciones presidenciales de 1990

Cuadro 2. Resultados de tres elecciones presidenciales con sistemas de segunda vuelta (Ecuador, 1984; Guatemala, 1990/91; y Perú, 1990)					
País	Partido político	Porcentaje de la votación obtenida en la primera vuelta	Porcentaje de la votación obtenida en la segunda vuelta	Esaños en la asamblea	Porcentaje de los esaños en la asamblea
Ecuador (1984)	ID	28.73	48.46	24	33.80
	PSC	27.20	51.54	9	12.68
	CFP	13.52		7	9.86
	MPD	7.33		3	4.23
	FRA	6.76		6	8.45
	PD	6.64		6	8.45
	DP	4.70		3	4.23
	FADI	4.26		2	2.82
	Otros	0.84		11	15.49
	Total	100.00	100.00	71	100.00
Guatemala (1990/91)	UCN	25.75	31.92	41	35.35
	MAS	24.17	68.08	18	15.52
	DCG	17.52		28	24.14
	PAN	17.32		12	10.35
	MLN-FAN	4.76		4	3.44
	Otros	10.48		13	11.20
Total	100.00	100	116	100.00	
Perú (1990)	FREDEMO	32.62	37.50	63	35.00
	CAMBIO 90	29.09	62.50	32	17.78
	PAP	22.64		53	29.44
	IU	8.24		15	8.33
	IS	4.82		4	2.22
	Otros	2.60		13	7.23
Total	100.00	100.00	180	100.00	

Obtenido de: Carillo, U. (1998). *La ronda perversa. Los efectos de la segunda vuelta electoral* [versión digital PDF]. Recuperado de:

http://www.estepais.com/inicio/historicos/88/7_ensayo_la%20rona%20perversa.pdf

C. EVALUACIÓN DE LAS FUENTES

FUENTE A: Barnechea, A. (1995). *La República Embrujada*.

La fuente A es una fuente secundaria, debido a que es un libro escrito por Alfredo Barnechea, periodista, analista político, escritor peruano y ex miembro del APRA, quien renunció al partido en 1987 en oposición al intento fallido de estatizar la banca por el ex presidente García. El propósito de la fuente es dar a conocer la situación que

vivió el Perú durante la segunda mitad del siglo XX, centrándome en la época de gobierno de Alan García y el declive del país durante el tiempo señalado.

El valor de esta fuente recae en el hecho de haber sido escrita por un personaje cercano a los hechos referidos, llegando incluso a ser candidato aprista a la alcaldía de Lima en 1983. Asimismo, esta presenta una gran cantidad de información y cifras específicas con precisión y solvencia informativa, además de haber sido publicada en un contexto cercano al referido. Sin embargo, la limitación de la presente es la postura antiaprista del autor, adoptada tras su renuncia al partido, evidenciando una carga emotiva en la fuente al calificar el primer gobierno de Alan García como un período catastrófico para el Perú.

Fuente B: Bowen, S. (2000). *El Expediente Fujimori: El Perú y su Presidente 1990-2000*.

La Fuente B es una fuente secundaria pues, a pesar de ser un libro escrito por Sally Bowen, periodista británica que vivió en el Perú desde finales de la década de los 80, es una recopilación de testimonios, mas no un diario personal. El propósito de la presente es dar a conocer la campaña presidencial desarrollada por Alberto Fujimori y, una vez ganadas las elecciones, el gobierno de este personaje entre los años 1990 y 2000.

El valor de esta fuente radica en el hecho de reunir un conjunto de testimonios de testigos presenciales de lo narrado. Del mismo modo, la autora llevó a cabo entrevistas con numerosos personajes del entorno presidencial y tuvo varios encuentros con Alberto Fujimori, por lo cual la información que presenta es confiable y completa. Sin embargo, puedo decir que una de las limitaciones de la fuente reside en el hecho de que lo presentado proviene de una periodista, pudiendo significar que la información recopilada se encuentre sesgada por la postura de la autora, notándose a la hora de usar adjetivos para calificar acciones tomadas por Fujimori. Finalmente, debo resaltar que las emociones de los entrevistados y sus posturas personales también se presentan como limitaciones de la fuente.

D. ANÁLISIS

A partir de lo identificado, procederé a establecer una relación y determinar el grado de importancia de los factores mencionados, valiéndome de la información obtenida y de las pruebas presentadas.

Como uno de los factores principales de la victoria de Alberto Fujimori se encuentra la coyuntura socioeconómica del contexto previo y correspondiente a las elecciones, pues fue a partir de las circunstancias alarmantes del momento que Fujimori propuso

una solución de agrado para la población, aumentando su popularidad como consecuencia.

Para esto, Barnechea ofrece datos numéricos específicos que permiten conocer esta situación interna que envolvía al país, siendo su aporte de suma importancia para conocer el contexto en el que se desarrolló la campaña electoral.

Relacionando la situación interna con la campaña misma, puedo señalar que el mensaje transmitido a la población por parte del candidato tuvo el refuerzo de la coyuntura presentada anteriormente. Ya sea por el nombre del partido o el lema de su campaña, *Cambio 90* consiguió un gran respaldo de la población a raíz de la confianza que generaba en esta. Sin embargo, puedo decir que la situación interna del país fue la que favoreció este incremento de popularidad. Sin lugar a dudas Fujimori no hizo más que transmitir lo que la población quería escuchar, aprovechándose de las circunstancias alarmantes del momento al utilizar su ascendencia para dar a entender que su posible gobierno contaría con el apoyo de la tan creciente economía japonesa, según lo expuesto por Sally Bowen.

Por otro lado, considero que Fujimori, además de aprovecharse de la situación interna del país, se enfocó en los sectores que más se veían afectados a raíz de la crisis económica presentada. A diferencia de sus adversarios, el candidato decidió dirigirse a la población andina y de bajos recursos, la cual había sido dejada de lado por su competencia¹⁰. Es así como puedo decir que el enfoque de la campaña de Fujimori se vio respaldado por la situación económica del país y su introducción en un sector olvidado por sus adversarios, permitiendo aumentar la popularidad de su partido al contar con el apoyo de los más afectados por la coyuntura socioeconómica mencionada.

Finalmente puedo decir que la disputa entre los candidatos adversarios y sus errores cometidos favorecieron la victoria de Fujimori de igual forma. Gracias a las campañas encubiertas llevadas a cabo por García en contra de Vargas Llosa y Alva Castro, los adversarios de Fujimori más capacitados y conocidos por la población peruana pasaron a un segundo plano. Una vez transcurrida la primera vuelta de campaña, Fujimori y Vargas Llosa se enfrentaron cara a cara en un debate que pondría en juego la aceptación de cada uno por parte de la población. Es entonces que, como respuesta a la situación económica del país de aquel entonces, el escritor propuso una solución radical que le costó su popularidad, mientras que Fujimori presentó una idea de crecimiento económico controlado y oportunidad laboral asegurada. Como puede

¹⁰ Como medio para reiterar lo mencionado, el Gráfico 1 muestra la aceptación de Cambio 90 a comparación del FREDEMO durante la segunda vuelta en los diversos departamentos del país, pudiendo evidenciar un número mayor de simpatizantes en los departamentos andinos del mismo.

corroborarse en el cuadro 1, el porcentaje de votos obtenidos por Fujimori en la segunda vuelta fue de casi tres veces su número inicial, mientras que el de Vargas Llosa, su adversario mejor posicionado en un inicio, se conservó casi intacto. Es a partir de lo evidenciado que puedo reafirmar que la mención de las medidas económicas propuestas por el escritor durante el debate de segunda vuelta fue un error que le costó su popularidad, concluyendo en la victoria inminente de Fujimori al posicionarse como un candidato esperanzador para la población peruana.

E. CONCLUSIÓN

En conclusión, Fujimori se enfocó en transmitir un mensaje de seguridad a la población, especialmente al sector popular de la misma, respondiendo a la situación interna del país y aprovechándose de la coyuntura socioeconómica de aquel entonces para llevar a cabo su campaña. Sin embargo, la imagen honrada y laboriosa transmitida por el candidato no hubiera sido suficiente de no ser por la pérdida de popularidad de sus adversarios a raíz de las campañas encubiertas llevadas a cabo para desprestigiarse mutuamente. Ya en la segunda vuelta electoral Vargas Llosa cometió el error de hablar con la verdad, lo cual terminó costándole su popularidad y permitiendo la victoria definitiva de Fujimori como respuesta a una situación donde las otras alternativas parecían mucho menos atractivas o confiables para el peruano común, como puede evidenciarse en el cuadro 1 con relación a los votos obtenidos en la primera y segunda vuelta electoral. Es entonces que puedo concluir que la coyuntura socioeconómica que envolvió al país y la disputa y errores de candidatos adversarios fueron los factores que finalmente determinaron la victoria de Alberto Fujimori en las elecciones presidenciales de 1990.

F. FUENTES

a) Bibliografía

- Barnechea, A. (1995). *La República Embrujada*. (1a. ed.). Lima: Santillana S.A.
- Bowen, S. (2000). *El Expediente Fujimori: El Perú y su Presidente 1990-2000*. (1a. ed.). Lima: Perú Monitor S.A.
- Crabtree, J. (2005). *Alan García en el poder, Perú: 1985-1990*. (1a. ed.). Lima: Ediciones PEISA S.A.C.
- Klarén, P. (2011). *Nación y sociedad en la historia del Perú*. (1a. ed.). Lima: Instituto de Estudios Peruanos
- Universidad de Lima. (2004). *El Perú republicano: De San Martín a Fujimori*. (1a. ed.). Lima: Autor

b) Fuentes en línea

- Carillo, U. (1998). *La ronda perversa. Los efectos de la segunda vuelta electoral* [versión digital PDF]. Recuperado de: http://www.estepais.com/inicio/historicos/88/7_ensayo_la%20rona%20perversa.pdf
- Degregori, C.I. y Grompone, R. (1991). *Elecciones 1990. Demonios y redentores en el nuevo Perú. Una tragedia en dos vueltas* [versión digital PDF]. Recuperado de: <http://lanic.utexas.edu/project/laoap/iep/ddtlibro36.pdf>