

MARKETING ELECTORAL LOCAL: LAS ELECCIONES MUNICIPALES (2002) EN EL DISTRITO DE CHICAMA, UNA EXPERIENCIA DE TRABAJO DE CAMPO PARTICIPANTE

Por: Percy J. Paredes Villarreal

I. INTRODUCCIÓN:

En estos últimos tiempos, lo local ha comenzado a tener mucha importancia y predominancia dentro de las políticas de desarrollo, como también dentro de una reforma del Estado y del proceso de Descentralización.

Esta importancia, que en tiempos anteriores, ha sido ignorada; ahora se ha convertido en una de los aspectos importantes, que permite una mirada desde local, hacia lo global; para de esa manera comenzar a construir un desarrollo, aprovechando las oportunidades y potencialidades, con que cuenta dicha localidad; así como también tomar en cuenta el capital social y humano existente.

A partir de ello, los diversos partidos políticos, como movimientos independientes, miran en los procesos electorales municipales, uno de los objetivos a ganar, para de esa manera comenzar a conducir los destinos del gobierno local, como también de la institución.

Pero para llegar a triunfar electoralmente, es importante competir, y para ello se requiere de diferentes estrategias y mecanismos, que permitan convencer a la ciudadanía y a la población, a votar por el candidato que les ofrece nuevas y modernas propuestas. Todo ello hace que se tenga que hacer uso de marketing, para que el electorado pueda votar por el candidato de su preferencia.

Estamos inmersos en una etapa donde la política se ha relativizado tanto; en esta nueva contienda electoral, se mantiene una fuerte presencia de los famosos independientes, que son aquellas personas que en un determinado tiempo abrazaron una posición política partidaria; pero, al no tener una oportunidad de llegar a ser candidato por su partido político y de esa manera postular al sillón municipal, tuvieron que renunciar al partido que pertenecieron, declarándose independiente; de esa manera, han podido apartarse de su anterior compromiso ideopolítico y no ser vinculados con los partidos tradicionales.

En esta nueva contienda electoral, lo importante es promocionarse, hacerse conocido tener una bonita figura física o ser carismático y bonachón; de esa manera se puede tener una oportunidad para llegar al Municipio. No interesa si no sabes hablar, no tener un programa o dar un discurso, lo importante es tener una buena presencia y un buen fajo de billete para poder financiar una campaña electoral, que no debe ser menor a los 5 mil nuevos soles. A eso se le denomina marketing político electoral.

Los cambios de camisetas de los distintos candidatos se han convertido en nuevos políticos y en una nueva expresión del relativismo político; ya no es una novedad mucho menos una sorpresa, ver a distintos dirigentes políticos que pertenecieron a un determinado partido, y por el simple hecho de no haber tenido la opción de postular por su partido, han decidido alejarse para postular por otros movimientos; en otros casos, han renunciado a su opción política para presentarse como independiente.

Uno de los perjudicados es el APRA, que nos tiene acostumbrado en estas contiendas electorales, donde se desata un fuerte éxodo de militantes que se retiran para irse a otras tiendas políticas, y de esa manera probar suerte.

Otra característica son los seguidores del Fujimontecismo, que en estos últimos 10 años fueron seguidores de esa dupla, asumiendo cargos, responsabilidades y comportamientos pragmáticos; convirtiéndose en los ayayeros, en los implementadores de toda una reforma neoliberal. Después de la caída, se escondieron en sus cuarteles de invierno, sin decir nada, mucho menos hacer una “mea culpa”; ahora se presentan como independientes, convirtiéndose en una nueva opción, haciendo creer que no tuvieron nada que ver con el régimen anterior.

Después de 10 años de política neoliberal, individualismo, pragmatismo y protagonismo coyuntural; donde los políticos tecnócratas han dirigido los destinos del país, este estilo de conducción y liderazgo ha fracasado como opción política; del mismo modo, la participación ciudadana se ha convertido en simples espectadores y aprovechador de los regalos que muchos candidatos dan, con la finalidad de que voten por él, creyendo que de esa manera se han ganado al electorado, pero la realidad es todo lo contrario, ya que también ellos se han convertido en pragmáticos.

Por lo que, se viene dando una nueva figura de la política electoral, esto significa que se ha dejado de lado la ideología, el programa, las propuestas políticas, la militancia, la democracia interna; para pasar a una visión mercantilista de las elecciones, donde los candidatos tienen que hacer regalos y obsequios, a los pobladores y organizaciones comunales, para que sean aceptados.

El pragmatismo neoliberal sustentado en la filosofía y en el discurso donde “Primero hago y luego informo”, “no soy político, soy independiente”, “No interesa los valores, ni mucho menos los principios éticos, lo que interesa es llegar al poder”, “Puedo candidatear por cualquier organización o partido político, sin tener algún tipo de compromiso”, y otras frases, nos demuestran que los candidatos y políticos modernos del posfujimorismo, están llevando las contiendas electorales a una nueva confrontación, donde las propuestas políticas, las ideologías, los programas y planes de gobierno han sido reemplazado por el marketing, la publicidad y los obsequios que un determinado candidato hace a una institución.

En esta contienda electoral, sale a relucir los obsequios de polos, cocinas, pelotas, víveres, etc., a los pobladores, a las organizaciones sociales de base, a las instituciones sociales, culturales deportivas, de los distintos distritos, para obtener votos.

El proceso electoral municipal se ha convertido en una nueva mirada de la política nacional y un termómetro para saber como se manejaran las estrategias electorales a nivel nacional.

En esta contienda electoral, el peso del partido no es muy significativo, ahora le toca al candidato hacer todos los esfuerzos por conseguir adeptos, realizando una serie de acciones para conseguir los votos de la población; mientras que el ciudadano que no tiene ningún tipo de compromiso con los candidatos, asume su rol de importante y determinante, buscando quién es el que tiene más dinero u ofrece más cosas para su comunidad u organización social de base, y de esa manera se deciden por que candidato se debe votar.

En el nuevo siglo, la política y la participación de los correligionarios, ha cambiado mucho, hoy no se sustenta en una organización política con bases, con cuadros organizativos, con dirigentes, que lleven el mensaje y la propuesta del partido político. La visión tradicional del partido político ha sido cambiado por la fuerte participación plena de la familia nuclear y extensa, el parentesco, y el apoyo que busca recibir de sus amigos, donde muchos de ellos se sienten comprometido por el favor que en un determinado momento recibió por parte del que ahora es candidato. Para eso, recurre a sus amigos cercanos, la familia del postulante recurre a sus familiares para hablarle y solicitarle la colaboración con su presencia y el voto de cada uno de ellos.

Del mismo modo, estas organizaciones para poder afrontar una campaña electoral, sustentan la economía en: Primero, el aporte de los candidatos con sumas muy fuertes; y Segundo, realización de actividades económicas, como: polladas, cebichadas, parrilladas, etc., para cubrir algunos gastos inmediatos; estas actividades se han convertido en una necesidad para recaudar fondos y poder afrontar la campaña electoral que tiene una duración de por lo menos de 6 meses.

Los gastos fuertes dentro de una campaña electoral, son: pintas en las paredes, propagandas en radio y televisión, afiches, banderolas y volantes; del mismo modo, se tiene que realizar visitas a distintos lugares, obsequios a las organizaciones populares, caravanas y los mítines de cierre de campaña.

Queda pues en la población, elegir bien a sus representantes para que conduzca el cambio y la modernización de los distintos distritos que en muchos de los casos adolece de una serie de problemas. Del mismo modo, los candidatos, deben asumir su rol de dirigentes conductores de un proceso de cambio con propuesta que puedan ser realizado y no tan solo con discurso, mucho menos con promesas que nunca se van a cumplir. Tradicionalmente, en el distrito de Chicama, el municipio y algunas instituciones sociales, culturales, sindicales y deportivas ha estado en manos del APRA; que, muy poco ha hecho por el desarrollo y modernización del distrito. Por el contrario, los gobiernos locales en manos de este partido tradicional, han concluido su período con fuertes cuestionamientos sin que exista auditoria por la desastrosa gestión que han realizado los alcaldes. Ya que los que han antecedido al alcalde que concluye, han sido del mismo partido tradicional y por lo tanto no se esclarecieron una serie de cosas, quedándose en el olvido.

En esta oportunidad, ante las elecciones municipales que se avecinan se presentan siete candidatos al sillón municipal, de las cuales 2 son miembros del partido aprista, una mujer que va por el partido de las estrellas y el otro que participó en las elecciones internas de su partido y las perdió, decidiendo postular por la lista del MAS (Movimiento de Acción Social); esto ha motivado un fuerte descontento y cuestionamiento a la candidatura del partido de Haya de la Torre, dividiendo a sus

militantes que no se sienten identificados con la candidata de las estrellas, por el contrario se está generando un fuerte malestar y descontento que está permitiendo la inclinación de sus militantes por otros posibles candidatos que le dan propuestas más concretas sin ofrecimientos.

Del mismo modo, se presentan dos ex fujimoristas, uno por “Vecinos Unidos” y el otro va por la agrupación “Junto Por Chicama”, el primero llegó a ser Alcalde y representante del Fujimontecínismo en el Distrito; mientras que el Segundo se desempeñó como gobernador y trabajó para la reelección de Fujimori en el año 2000.

También postulan el representante del toledismo, de Alianza Para el Progreso y por último, un movimiento independiente denominado “Siempre Unidos” que es un movimiento dirigido por los mejores alcaldes distritales de Lima.

Se debe destacar que de todos los candidatos que postulan al Distrito de Chicama, dos son profesionales, un médico que pertenece al movimiento Alianza Para el Progreso y un Ingeniero que postula por el movimiento “Siempre Unidos”.

Existen dos características muy importantes y relevantes que debemos considerar con respecto a:

1) Las propuestas de casi todos los candidatos se centran en promesas que supuestamente los van a cumplir cuando lleguen al sillón municipal, con la excepción del Ingeniero representante “Siempre Unidos”, que viene elaborando estudios técnicos (Proyectos de Desarrollo), en los distintos lugares donde visita, para de esa manera de llegar a la alcaldía, ejecutar los proyectos elaborados con anterioridad. Por lo que, su estrategia electoral es totalmente diferente a los otros candidatos que están ofreciendo y prometiendo a los pobladores, que están cansado de promesas y voluntades.

Con esta actitud está demostrando en la práctica la voluntad de realizar obras, cambiando el esquema y manejo de la campaña electoral, que lleva a recuperar la credibilidad y la fe en los nuevos líderes. Estos proyectos que se están elaborando, les está dando a la población organizada para que ellos, se encarguen de organizarse y buscar su financiamiento, para de esa manera ejecutar las obras, si es que no llegará al sillón Municipal.

2) la mayoría de los candidatos viven dentro del Distrito de Chicama; particularmente el Ing. Fernando García Quiroz, candidato de “Siempre Unidos”, un profesional egresado de la Universidad Nacional Mayor de “San Marcos” Lima, que ha migrado fuera de su tierra para seguir estudios superiores de Ingeniería, especializándose en sistema de riego, donde –según él- ha regresado para ejecutar el gran cambio y la modernización de este distrito que sigue siendo olvidado por los distintos gobernantes que han pasado por el sillón municipal desde hace 30 años.

De acuerdo al currículum que tiene y comparando con los demás candidatos podemos decir que el representante de “Siempre Unidos”, supera a sus contrincantes ya que los estudios y la experiencia laboral en lo que respecta a la ejecución de obras como agua, desagüe, fluido eléctrico, en distintos lugares del país, demuestra que existe una vocación de servicios y voluntad de acabar con el atraso, la desocupación.

3) Con relación a sus propuestas, lo más resaltante del movimiento independiente “Siempre Unidos”, es resolver los problemas de agua, desagüe y fluido eléctrico de las

distintas poblaciones del distrito; también, dentro de sus propuestas está, apoyar económicamente a todos los jóvenes Universitarios y de nivel superior, sus tesis y proyectos de investigaciones que ellos elaboren dentro del distrito. Asimismo, está dentro de su plan de gobierno municipal la instalación de un centro de cómputo donde los jóvenes puedan tener acceso a Internet. También está proponiendo a los demás candidatos no cobrar dieta ni sueldo, por parte del candidato a la alcaldía y de sus regidores; de esa manera se estaría desprendiendo de lo que muchos aspiran conseguir de llegar a la Municipalidad ¿Los otros candidatos, dejarían de percibir sus dietas y sueldo de llegar al sillón municipal?

Hasta la fecha, se puede notar que no existe un favorito, mucho menos un candidato que se sienta triunfador; por el contrario, la campaña van parejos, la conquista de votos se da en la calle y en las casas.

Podrán los candidatos romper con ese mito del APRA, que pone cualquier persona para alcalde, y la consigna de votar por el partido del pueblo supera a los mejores contrincantes; ¿podrá quebrarse el aprismo en el Valle Chicama y tener una de las mayores derrotas sufridas en esta contienda electoral?. ¿Podrá Alan García revertir ese descontento de sus militantes, que no están de acuerdo con sus candidatos a la Alcaldía, dejando de lado a sus mejores técnicos y profesionales, para colocar a gente empírica sin ninguna experiencia técnica?. Eso lo decidirá el pueblo el domingo 17 de Noviembre en las urnas para elegir al candidato más capaz.

Queda pues en la población del Distrito decidir por el futuro de sus pueblos, o seguir como están, sin fluido eléctrico, sin agua potable, sin desagüe; o de lo contrario dar ese gran salto, de convertirse en un distrito desarrollado y moderno, donde las condiciones de vida se mejoren.

El presente ensayo antropológico, está dedicado al proceso electoral municipal, en el Distrito de Chicama, se describe y refleja el gran cambio que la población necesitaba y por lo tanto, la apuesta por un candidato profesional y nuevo en la contienda electoral. A la vez, este proceso electoral, ha permitido entender e interpretar como se manejan las estrategias, que permitan lograr una victoria; y para ello, describo la experiencia electoral que hemos dirigido desde mi participación como asesor y conductor de la campaña electoral del movimiento independiente “Siempre Unido”, ganando las elecciones municipales en este distrito.

Espero que este ensayo, nos permita entender y comprender como se manejan las estrategias electorales, el marketing, y el manejo de la política local, para llegar al sillón municipal.

Como antropólogo, en muchos de los casos, no tan solo es importante observar el desenvolvimiento de los hechos sociales; también es importante el involucramiento y el actuar, para de esa manera poder tener objetividad en la investigación y también generar cambios sociales. Esta metodología, denominada observación directa participante, en algunas ocasiones, muy pocas veces se ha podido comprender, o interpretar; por lo que, este ensayo es expresión de esta metodología que combina la parte teórica con la práctica, para ir generando cambios y a la vez, construir nuevas teorías dentro del campo de la antropología política.

Mi trajinar y la convivencia con los seguidores, con los candidatos, con los simpatizantes, con la militancia; me hizo entender cuanto había cambiado la cultura política, donde se había dejado de lado la parte ideológica, partidaria; para pasar a ver las cosas en base a propuestas o ideas sueltas, sin tener un sustento programático, mucho menos tener una visión y misión, así como objetivos, de lo que se quiere y se desea construir. Es decir mirar las cosas si una planificación estratégica, ni tampoco un compromiso ideopolítico, es decir todo basado en el espontaneismo, en el voluntarismo, en el compromiso amical y/o familiar.

Pero a la vez, me hizo ver el cambio del movimiento electoral, sustentado en las relaciones paréntales y el manejo de redes sociales, que orientan el nuevo ritmo electoral. Y por último, el nuevo liderazgo como es entendido, y sobre que bases actúa y se comporta; además del proceso de movilización social, de la gente, con relación a sus candidatos, refleja no una voluntad política sino una identificación con la familia y con las bondades del candidato.

Los modelos políticos tradicionales, se mantienen en algunos partidos tradicionales donde se conforman las bases, con sus dirigentes y su doctrina, este estereotipo, ha sido reemplazado por otro tipo de modelo, sostenido en el pragmatismo, en la identificación con el candidato basado en sus antecedentes, ya no interesa el liderazgo y el buen discurso, sino el que simpatiza con la persona o la familia.

En este proceso electoral, en el que me pude involucrar, pude conocer el Distrito a lo largo y ancho de este territorio; pude ver su pobreza sus necesidades específicamente, en los lugares alejados de las capitales de los centros poblados, me refiero a los caseríos y a los Asentamientos Humanos; pero además, también pude notar su fortaleza y su riqueza, que puede permitir generar un cambio social, político y económico, y de esa manera convertirse en un distrito moderno y desarrollado; solamente, queda en el compromiso de los líderes locales, y la voluntad de ellos por tomar la firme decisión de sacar adelante a este distrito, que adolece de muchas necesidades básicas, como es el agua potable, el desagüe, la electrificación, que son los elementos fundamentales para hablar de un desarrollo humano sustentable. Esto tiene que estar relacionado con la democracia participativa, la transparencia y un proyecto de desarrollo local.

Por lo tanto, a continuación presento el ensayo que nos va a permitir explicar e interpretar todo este proceso de manejo político electoral.

II. LOS PROCESOS ELECTORALES EN EL DISTRITO DE CHICAMA:

Por ser un distrito ubicado dentro de la región de La Libertad, zona en que ha predominado un partido político tradicional, este distrito es eminentemente aprista; del mismo modo, en este lugar se encuentra la cuna del aprismo, ya que décadas pasadas surgió el aprismo, realizándose muchas luchas de la clase obrera y que este partido aprovecho para canalizar su militancia y hacerle frente a los distintos gobiernos de turno, especialmente a los hacendados.

Este distrito, siempre ha tenido como alcaldes y miembros de regidores, mayoritariamente, de las filas del aprismo; por lo tanto, difícilmente, pueden ser

derrotados dentro de un proceso electoral. Solamente, en las elecciones de 1996-98; el APRA no participo como partido político; fueron como independientes y estuvieron dividido sus correligionarios, ya que no se encontraban inscritos en el Jurado Nacional de Elecciones (JNE), como partido político, por lo que postularon muchos militantes como candidatos independientes, siendo derrotados abrumadoramente por un movimiento independiente no aprista, que fue Edilberto Bada Castillo.

Desde aquella vez, el aprismo se ha recuperado y ha ganado las elecciones municipales, manteniendo el control del gobierno local. Del mismo modo, la mayoría de sus alcaldes han sido de la localidad de Chicama, sus regidores han provenido de los distintos centros poblados con mayor cantidad de habitantes, particularmente de Chiclin y Sausal.

Desde los inicios de la década de los 80 del siglo XX, el APRA obtenía la mayor votación que superaban los 5 mil votos, por lo que, le daba el merito de incorporar a 4 regidores y el último pertenecía a las filas de otro grupo político, que en muchos de los casos era de las filas del PPC, que se convirtió en la segunda fuerza política de la década de los 80; y en la década de los 90 seguía como segunda opción la derecha.

Por lo tanto, el dicho tradicional que siempre se ha manejado en estos procesos electorales, se decía que *“El APRA así ponga a un burro como candidato a la alcaldía ganaba”*. Esto ha significado que el partido de Haya de la Torre, ha venido predominando en este distrito, no por las buenas propuestas sino por la tradición que existe dentro de este lugar. Ya que nunca ha tenido un proyecto político de desarrollo local para el distrito, sino que el triunfo era en base a consignas partidarias y no ha propuestas.

En estos últimos procesos electorales, la presencia y participación de profesionales en las diferentes agrupaciones políticas que participan en las elecciones municipales, como candidatos a la alcaldía, ha sido muy reducido; mayormente, han sido personas no profesionales y empíricas, sin ningún tipo de criterio técnico. Por lo que, el desarrollo y modernización del distrito ha estado muy relegado a un segundo plano; ya que, predominaron las ansias del poder, el compadrazgo, el clientelismo y el beneficio personal.

2.1. LOS CANDIDATOS:

En este último proceso electoral, año 2002, se presentaron 7 candidatos para el sillón municipal en el Distrito de Chicama, estos fueron:

CUADRO N° 1: CANDIDATOS A LA ALCALDIA DEL DISTRITO DE CHICAMA AÑO 2002

NOMBRE DEL CANDIDATO	AGRUPACION POLITICA	SIMBOLO
Edilberto Bada Castillo	Vecinos Unidos	N° 3
Simon Vega	Mas Acción	N° 9
Luis Leiva	Trabajemos Por chicama	N° 10
Mirtha Sanchez Zafra	Partido Aprista Peruano	Estrella
Luis Olavarria	Alianza Para el Progreso	Letra A
Fernando Garcia Quiroz	Siempre Unido	La Mamá con el Bebe

De las siete listas, podemos considerar algunas características:

Primero, de los siete candidatos solamente dos eran profesionales, el Dr. Luis Olavaria, médico de profesión, y Fernando García, ingeniero hidráulico, egresado de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. El resto son personas con alguna trayectoria política local o pequeños empresarios.

Segundo, solamente una mujer es la que ha postulado al sillón municipal, que va por el APRA, y que su propia base no lo ha visto con mucho agrado, adoleciendo de simpatía dentro de la militancia y de la ciudadanía.

Tercero, los candidatos por “Vecinos Unidos” y “Trabajemos por Chicama”, en años anteriores trabajaron para el régimen fujimontecinistas, es decir pertenecieron al gobierno pasado.

Cuarto, se presentan dos militantes del Partido Aprista, la representante legal y el candidato por el “MAS”, quién postulo a las elecciones internas del partido de Haya, pero como no pudo ganar las elecciones internas se apartó del partido para postular como independiente.

Quinto, el ingeniero Fernando García Quiroz, era un candidato desconocido para los pobladores del distrito; ya que, la mayor parte de su vida, lo ha dedicado a trabajar fuera del distrito, solamente llegaba a visitar a sus padres en tiempos vacacionales. Pero su participación y apoyo con la juventud y la niñez en todo momento ha estado presente. Del mismo modo, es un técnico que tiene mucha experiencia en realizar obras, particularmente, en lo que servicios de saneamientos básicos como agua, desagüe, electrificación.

Sexto, Edilberto Bada, un pequeño empresario, dueño de grifos en Chicama y Cartavio, tiene experiencia municipal ya que ha sido alcalde anteriormente. Mirtha Sánchez y Simón Vega, han tenido la oportunidad de ser regidores durante el último y antepenúltimo gobierno municipal, respectivamente.

Sétimo, de los siete candidatos al sillón municipal, tres han sido movimientos distritales, que llevan un número como símbolo; dos movimientos son nuevos y es la primera vez que participan en este proceso electoral, “siempre unidos” y “Alianza para el progreso”; por último, dos partidos que tienen presencia nacional, APRA y Perú Posible.

Octavo, la procedencia de los candidatos o en otros casos, los lugares donde se encuentran sus bases es diverso: dos candidatos a la alcaldía, son de Chiclín APRA y “Siempre Unidos”; dos de Sausal, “Alianza para el Progreso” y “Perú Posible”, y por último, tres son de Chicama, “Vecinos Unidos”, “Más Acción”, “Trabajemos de la Mano por Chicama”.

Noveno, la conformación de las listas, se distribuye proporcionalmente, de acuerdo a la población de los distintos centros poblados, como por ejemplo: el candidato a la Alcaldía es de la capital del Distrito, los regidores se distribuyen en: 2 de Chiclín, 2 de Chicama y 1 de Sausal. Por lo que, existe 2 representantes de los centros poblados con

mayor población. Ya que, son 6 representantes que llegan al municipio, uno como alcalde y 5 como regidores.

De todos los candidatos al sillón municipal del distrito, la persona no deseada era la candidata del APRA debido a su conducta y comportamiento como regidora, generó antipatía; además de ser, una persona muy vulgar, autoritaria, mezquina despreciada por la gran mayoría de los habitantes de los centros poblados de Chiclín y Chicama, ya que no la veían con mucha simpatía.

Es algo contradictorio, ya que la mayor población del Distrito son Apristas, pero que en esta oportunidad no comparten con su candidato por lo que el voto aprista se diluye en distintos candidatos que están siendo canalizados, particularmente los candidatos por el “MAS”, “Siempre Unidos” y “Trabajemos por Chicama”.

Los enfrentamientos entre los miembros (dirigentes y militantes) del MAS y del APRA, desde el inicio de la campaña electoral se comenzaron a dar; ya que, el candidato por el más y algunos candidatos a regidores, pertenecieron al APRA; del mismo modo, la militancia de este movimiento que apoya a Simón Vega, son aprista. Existe una fuerte presencia de jóvenes y personas adultas en este movimiento. Por lo que, Simón Vega, atrae los votos de los apristas, de la nueva generación que no están de acuerdo con su candidata.

Lo interesante, se da en el sentido de que los familiares de la candidata por el APRA, particularmente por parte de su madre, no lo apoyan, le dan la espalda y prefieren apoyar al candidato del MAS.

De acuerdo a como se venía desarrollando el proceso electoral, particularmente en propaganda, quién llevaba de encuentro era el APRA, hizo un fuerte desembolso económico, le siguió el MAS, en tercer lugar fue Bada Castillo, en cuarto lugar Lucho Leiva, quinto lugar, estaba “Siempre Unidos”, sexto Olavarria y por último, Perú Posible. Esto se puede demostrar en las Pintas realizado por los distintos candidatos, los afiches, volantes, polos, etc.

La ventaja del APRA, está en que es un partido que tiene mucha trayectoria, y que se identifica fácilmente su símbolo en las cédulas. Del mismo modo, la presencia de Alan García, líder de ese partido, que llegó a promocionar a sus candidatos, buscó dar un espaldarazo.

Por lo que, la tendencia al sillón municipal se encontraba entre los candidatos del APRA, MAS, Vecinos Unidos, el resto no eran tomados en cuenta o minimizados. A tres meses de las votaciones, este era el pronóstico, donde la contienda se daba entre estos tres candidatos, el resto no aparecía como candidatos potencialmente electos.

III. QUIEN ES FERNANDO GARCIA QUIROZ:

El candidato a la alcaldía del distrito de Chicama por el movimiento “Siempre Unidos”, el Ingeniero Fernando García Quiroz, es egresado de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, especializado en hidráulica, costos y presupuestos. Ha realizado trabajos de investigación en Irrigación en los Proyectos de

Irrigación Chincas y “Cañón de Pato” en Huaraz, “Majes” en Arequipa y Chavimochic en La Libertad. Ha trabajado como promotor, proyectista e ingeniero de obras eléctricas en Guadalupe, San Pedro de Lloc, Chepén, Tembladera, Chulucanas y Puno; También ha trabajado en la remodelación de Agua y Desagüe en Eten y Monsefú (Lambayeque), pequeños Sistemas Eléctricos en Lajas – Chota , en San Marcos (Cajamarca), Quencoro (Cusco); asimismo es Supervisor de Obras públicas y privadas, Consultor externo del Ministerio de Energía y Minas y de la Empresa Contratista Peruano, ex Gerente General de la Empresa Proze S.A.

Desde muy joven salió de su tierra con fines de seguir estudios de nivel universitario y ser profesional, se recibió y comenzó a trabajar en distintas empresas fuera de Chiclín. Sus padres son Olando García y Teofila Quiroz, el padre un migrante de Mollepata, quién llegó en tiempos de la hacienda, conjuntamente con sus hermanos, a trabajar en esta tierra; su abuela fue una mujer que estuvo vinculado a los hacendados ya que era la que se encargaba de amamantar a uno de los hijos del dueño de la hacienda, particularmente Javier Larco, por lo que en todo momento fueron considerado dentro de la familia de los hacendados.

Olando García, desde muy joven se dedico a la sastrería, por lo que con esa actividad pudo educar a sus 7 hijos, todos ellos profesionales. Juana, Abogada; Maria Elena, Nutricionista; Jorge y Cristian, Ingeniero Agrónomo; Fernando, Ingeniero Hidráulico; Flor, Enfermera y Kilder, Abogado. Tuvo en sus dos hijas mayores, Juana y Maria Elena, la columna vertebral del desarrollo educacional de sus hermanos, ya que ellas también contribuyeron a forjar una familia de profesionales, y reconocimiento dentro del Distrito. En la actualidad todos ellos han constituido su hogar.

Esta familia extensa, todos se encuentran fuera de Chiclín, viven en Trujillo y Lima, se reúnen para días especiales como navidad, cumpleaños y día de la madre y fiesta patronal. Es una familia muy unida, que se refleja en las relaciones sociales y en los diferentes problemas que pueden tener algunos de ellos, pero que en todo momento están juntos y se apoyan permanentemente.

Fernando García esta casado con la señora Gladis Sáñez López, también una familia chicamera y extensa. Producto de ese matrimonio, tienen dos hijos que son: Nicolai y Gregory.

El lanzamiento de Fernando García a la alcaldía surgió en un momento en que, como es costumbre, el ingeniero llega los fines de año a pasar las fiestas navideñas y vacaciones; es allí donde un grupo de señores adultos lo visitan para proponerle postular a la alcaldía en las próximas elecciones municipales. Para él fue una sorpresa y una alegría de que un grupo de moradores de Chiclín, particularmente, fueran a solicitarle que los represente en estas elecciones municipales.

Para ello, tuvo que conversar con su padre, como el dice: *“Antes que acepte postular a la alcaldía, lo primero que hice fue llamar a mi padre para sentarme a conversar; en todo momento, cuando llamamos a mi padre para conversar, era solamente para decirle de problemas. Mi padre se imaginaba de algún problema y se puso nervioso; le comenté que habían venido unos señores a conversar conmigo para que sea su candidato. Mi padre me miró y se puso nostálgico y me respondió: Hijo, tu bien sabes que toda la vida he sido sastre, gracias al servicio que he brindado a muchos*

pobladores del distrito he podido criarles, darles una educación y una profesión a todos ustedes. Por lo que, es hora que todo ese conocimiento que ustedes han podido obtener lo vuelquen a su pueblo colaborando y apoyando. Y si desean que seas su representante a la alcaldía hazlo, por que estas en la obligación de retribuirlo”.

A partir de aquella fecha, comenzó su campaña electoral, lo primero que realizó fue visitar a los distintos políticos tradicionales de Chiclín, para conversar y plantearle la conformación de una candidatura única. Fue recibido por casi todos los políticos de las distintas fuerzas políticas; tuvo conversaciones con ellos, pero ninguno le dio el respaldo o apoyo, por el contrario también tenían apetitos electorales.

Posteriormente, comenzó a reclutar a muchas amistades, para conformar un movimiento nuevo al cual lo denomino “Fuerza Chicama”, de preferencia acudió a sus compadres y amigos cercanos para solicitarle su colaboración y apoyo, algunos lo rechazaron, otros lo tildaron de loco, pocos fueron los que aceptaron, pero no se comprometieron ya que veían como algo remoto el triunfo de este aprendiz; pocos fueron los que comenzaron a apoyarlo.

En un primer momento, el compromiso lo asumen sus familiares; ya que, al poco tiempo de comenzar los preparativos para su candidatura, la familia García Quiroz, se reúne, es convocado por el padre; y todos deciden apoyar económicamente al hermano para que sea candidato. En un primer momento la participación de los hermanos, es de perfil bajo, y posteriormente, asumen un rol importante y protagónico dentro del proceso electoral, específicamente la hermana mayor, Juana y el último hermano, Kilder, son los que se convierten en los conductores del movimiento electoral. La primera, organizando a la militancia visitando a la gente, tocando puerta por puerta para hablarles del candidato; y el segundo con infraestructura vehicular, y asesoramiento jurídico para trasladar a la militancia a los diferentes lugares del distrito.

En segundo plano, se encuentran los amigos de infancia, los familiares, los compadres, y las personas que en un determinado momento compartieron muchas cosas con el candidato, comienzan a identificarse con el candidato, y de esa manera el espacio político comienza a abrirse y ampliarse más, hasta convertirse en un movimiento grande y amplio.

IV. DE FUERZA CHICAMA A SIEMPRE UNIDOS

Desde el año 2001, en el mes de diciembre cuando el Ing. Fernando García Quiroz, lanza su candidatura, lo hace con la sigla de “Fuerza Chicama”, para ello, realizó una serie de actividades, como fue la chocolatada del niño días antes de navidad. Del mismo modo, comenzó a obsequiar polos a sus simpatizantes, los primeros polos fueron de color amarillo y posteriormente fueron de color azul marino, con las siglas de “Fuerza Chicama”.

Se reunió con distintas personas. Algunos consideraron que era muy prematuro lanzar su candidatura, pero él hizo caso omiso a esas sugerencias. Del mismo modo, se conectó con otras personas de distintos centros poblados, como Chicama y Sausal, a quién también le planteó la propuesta de lanzar su candidatura a las elecciones municipales.

Una vez conversado con distintas personas, comenzó su campaña de empadronamiento; quién estuvo con él desde el inicio fue el Prof. Andrés Torres Vera, Pedro Cruzado, su compadre Víctor Ramos (chichi). Con ellos comenzaron a trajinar y visitar algunos amigos, como también empadronar a la población.

Su presencia en el Distrito era continua, conforme pasaba el tiempo y cerca a las inscripciones para las listas independientes, iban empadronando; el movimiento seguía siendo muy pequeño, pocos eran los que se identificaban con él, a pesar de ello el continuaba organizando y reclutando más gente. Le pidió prestado a su tío, su casa que queda al costado de la casa de sus padres de Fernando, esa vivienda se convirtió en el local del movimiento “Fuerza Chicama”.

Mientras tanto, el seguía trabajando en Lima, donde residía con su familia; su trabajo lo realizaba como ingeniero y coordinador del Programa “A Trabajar Urbano” en el Distrito de los Olivos. Por lo que, tenía mucho contacto con distintos amigos y profesionales de la capital.

En el mes de Julio comienza las inscripciones de los grupos independientes, para ello se organiza el trabajo, se recopila todos los planillones y se presenta a la ONPE para ser considerado como movimientos independientes; pero, no logran inscribirse. Por lo que, Fernando no da cuenta de su no inscripción por el contrario busca como formar parte de algún movimiento nuevo a nivel nacional inscrito, y de esa manera lograr su inscripción ante el JNE. Para ello, acude a su profesor universitario Ing. Osiris Gálvez, que es Alcalde Distrital de Santa Anita. Anteriormente había conversado en varias oportunidades, le había comentado su interés por ser candidato por su pueblo.

Conversa con el Ingeniero Osiris, y el lo contacta con el presidente del Movimiento “Siempre Unidos” el doctor Felipe Castillo (médico), quién es alcalde por el distrito de los Olivos.

Conversa García con el Dr. Castillo, previamente este último, había conversado con su colega Osiri Gálvez, quién recomienda a su colega para que sea considerado como candidato a la alcaldía por el distrito de Chicama en la Provincia de Ascope, en la región de La Libertad. A pesar de no creer en un triunfo en Chicama, ya que siempre han considerado como bastión aprista, el presidente de Siempre Unido, aceptó la propuesta.

Después de la conversación que fue muy satisfactoria, se acepta la incorporación y participación del Ing. Fernando García Quiroz como candidato a la Alcaldía distrital con su plana de regidores, por el Movimiento “Siempre Unidos”.

Desde el inicio de su campaña electoral, es decir desde el mes de enero del año 2002, Fernando García, ya se había comprometido con algunas personas de considerarlo como candidato a una regiduría. Estas propuestas como candidato a regidores estaba considerado: el Profesor Andrés Torres, Wilfredo Pereda, Pedro Cruzado; eran hijos. Del mismo modo, fue encomendado al profesor Torres, que buscará dos candidatos para regidores que sean de Sausal. Al cual fueron propuestos el Sr. Antonio Cerdan y la profesora Mery Carbajal.

Ambos postulantes a la regiduría por el centro poblado de Sausal, fueron abordados y se les conversó, así mismo, se les planteó que elijan el puesto en que desean participar. Ellos aceptaron participar en los puestos del segundo lugar para el Sr. Cerdan y el cuarto lugar para la profesora Mery Carbajal. Aunque, no daban mucha opción al triunfo del Ingeniero, pero aceptaron ser candidatas.

Mientras tanto, la candidatura del Ing. García no tenía mucha aceptación dentro de la población de Chiclín, mucho menos era un desconocido por los pobladores de otros lugares como Chicama y Sausal.

En un primer momento, la plancha estaba compuesta de la siguiente manera:

Primer Regidor: Prof. Andrés Torres Vera

Segundo Regidor: Antonio Cerdan

Tercer Regidor: Pedro Cruzado

Cuarto Regidor: Prof. Mery Carbajal

Quinto Regidor: Wilfredo Pereda

El Jurado Nacional de Elecciones, emite una Resolución, donde exige que el 30% de candidatos tenía que estar conformada por mujeres. Por lo que, eso hace que se tenga que retirar a una persona para que se incorpore a una mujer; ya que, tenían que ser dos mujeres. Por lo que, la decisión tenía que tomarlo el candidato a la alcaldía; para ello, todos los candidatos tuvieron que poner su cargo a disposición. Y de una forma tácita, el señor Pedro Cruzado, decide apartarse del movimiento.

Posteriormente, tuvieron que buscar una mujer para que participe en la lista de regidores; se fueron a visitar a una mujer en Chicama, ya que en ese lugar solamente se tenía un candidato y al retirarse el Sr. Cruzado, prácticamente no se tenía ningún candidato por Chicama. Por lo que, fueron a visitar a tres mujeres, la profesora Zelmira Tello, quien manifestó que no podía aceptar ya que se encontraba apoyando a otro candidato. Posteriormente, fueron a visitar a la Señora Ruiz de Aliaga, ella manifestó su interés por participar, pero su esposo no estaba de acuerdo; y por último, se visitó a la señora Chávez, quién manifestó su negatividad.

Después de visitar a las tres mujeres, fueron a visitar a una señora que vive en el Asentamiento Humano 11 de Febrero, Giovanna Suárez Rivera, es chichilense pero que por motivos del Fenómeno de “El Niño” se fue a vivir a este lugar. Ella es adventista, y también es dirigente del comedor popular y del vaso de leche en este lugar. Ella aceptó participar como candidata a regidora.

Por lo que la plancha electoral del movimiento “Siempre Unidos” estuvo conformada de la siguiente manera:

Alcalde: Ing. Fernando García Quiroz

Primer Regidor: Prof. Andrés Torres Vera

Segundo Regidor: Sr. Antonio Cerdan

Tercer Regidor: Tec. Wilfredo Pereda Villarreal

Cuarto Regidor: Prof. Mery Carbajal

Quinto Regidor: Sra. Giovanna Suárez Rivera

Esa fue la plancha que se inscribió, en esta contienda electoral, en el Jurado Electoral De Ascope. Para ello, llevaron como personeros generales a: Señora Gladis Sanz de

García, esposa del candidato a la alcaldía, y a Dori Villanueva Vásquez (suplente); y como técnicos en computación a: Miguel Romero Torres y Carlos Vera.

Es importante considerar que este movimiento, que surge en sus inicios como “Fuerza Chicama”, tuvo su Junta Directiva, teniendo como Secretaria General a la señora Esther Alvite y como jefe de Campaña fue el Sr. Walter Chunga, ambos de Chiclín; además, este movimiento solamente tenía cierta presencia en Chiclín, se buscaron a algunos miembros en otros lugares, como Chicama y Sausal, pero fue muy reducido; y no contaban con bases en esos lugares.

V. LA CAMPAÑA ELECTORAL:

La campaña electoral del movimiento “Siempre Unidos”, se centro en las siguientes estrategias:

a. Vender el producto:

Desde el momento en que el Ing. García decide postular, uno de las criticas se centraba en que era un candidato desconocido, por lo que, se manejo la estrategia de difundir quién era, para ello se realizó presentación del candidato con su plancha electoral; estas presentaciones se realizaron en los tres centros poblados más grandes del distrito. Para ello, se movilizó a la militancia a estos lugares. Del mismo modo, se sacaron propaganda con la fotografía del candidato, se sacó una carta abierta, donde se describía las cualidades y potencialidades del candidato, su carrera profesional, su experiencia como ingeniero, sus orígenes, etc. Esto permitió que se haga muy conocido.

Del mismo modo, la imagen del Ing. Se trato de desvincularlo con cualquier tipo de persona que estuviera quemada, o que tenga algún tipo de anticuerpo. Por lo que, no se permitió que algún oportunista, o dirigente quemado este cerca de él.

b. creatividad e iniciativa:

Dentro de esta área, se manejo una serie de actividades que permitiera crear y tomar la iniciativa para de esa manera ganarle a los demás candidatos, esa iniciativa como:

- la presentación del candidato y sus regidores al gobierno municipal, que se realizó en los distintos lugares del distrito.
- El uso de polos, estampando la imagen o símbolo del movimiento y del candidato, que fueron usado por la militancia, para de esa manera hacer conocer a la población.
- El uso de afiches y banderolas, que fueron obsequiados, por amigos, y que los afiches eran pegados en cartón y llevado por la militancia a los distintos mítines; y las, pancartas que también fueron utilizados y llevados por la militancias, y por último los banderines.
- Sacábamos notas de prensa, por telecable ante cualquier tipo de acontecimiento; aprovechamos para realizar invitaciones; por lo que, la comunicación e información cumplió un papel muy importante.
- Y por último las canciones, que fueron elaborado por la pareja de esposos del candidato que en todo momento pegó en la población ya que traía mucha nostalgia y fortalecía el autoestima. Las canciones como “Lamento de mi Pueblo”, “El río Chicama” y “A triunfar Hermanos” “un ingeniero que hace obras”, que fueron lo más impactantes.
- El uso de mensajes y lenguaje, como también las consignas, fueron algo innovador que el resto de la población tuvieron que adecuarse a lo que nosotros manejábamos; por ejemplo: la modernización, participación ciudadana, transparencia, calidad de

vida. En lo de la consigna, fueron: un ingeniero a la alcaldía, profesionales a la alcaldía.

- Otro punto importante, también, fue la movilización de la militancia a los mítines, donde participaban personas adultas de ambos sexos, las mujeres iban con sus hijos pequeños, del mismo modo, las filas eran largas, y eso tenía una connotación psicológica de hacer ver a la gente que el candidato tenía mucho apoyo y respaldo de la población, a partir de allí la ciudadanía comenzaba a ver que tenía mucha acogida y aceptación. Por lo que, psicológicamente se le ganaba a los otros candidatos.

Estas iniciativas rápidamente fueron realizado y ejecutados, por lo que los otros candidatos tenían que incorporarlo a su lenguaje.

c. hechos y no palabras:

En este aspecto, lo importante, fue cambiar la imagen del candidato que promete y ofrece, por el que ejecuta obras; desde el inicio de la campaña, tanto en la presentación de la candidatura como los mítines de cierre de campaña; se busco en todo momento, que el candidato no ofreciera mucho, ni tampoco se comprometiera, por el contrario centrarnos el discurso en tres puntos esenciales que fueron: resolver los problemas de las necesidades básicas insatisfechas como son: de agua, desagüe y electrificación, ya que era un problema principal en este distrito; y en segundo lugar, generar trabajo vía convenios y/o proyectos de infraestructura que se podían ejecutar; y por último, generar la participación ciudadana. Sobre estos tres planteamientos, se buscó en todo momento difundirlo.

Del mismo modo, dentro de la campaña se comenzó a ejecutar obras, como fue la pileta para la construcción de la plazuela en las cinco esquina de Chiclín; la realización de la tribuna para la loza deportiva, en el AA. HH. “Libertad”, ambas obras fueron con la participación ciudadana. Y por último, la entrega de los estudios técnicos para la construcción de la loza deportiva en el AA. HH. “11 de Febrero”, proyecto de tribuna para el AA. HH: “Libertad”, y el proyecto de plazuela para el AA. HH. “18 de Mayo”, el obsequio de dos relojes para la Iglesia de Sausal, el obsequio de plantas ornamentales para ese mismo lugar. Estos estudios técnicos, fueron presentados en los mítines.

De esa manera, se buscó que la población, viera lo que se viene realizando, es decir hacer que el candidato, Ing. García, ingrese por la vista de los electores con sus obras y no tan solo con el mensaje o las propuestas; por el contrario, lo segundo iba como complemento de lo primero; ya que en todo momento se buscó la credibilidad del candidato, el empuje y el deseo de trabajar. De esa manera también se persuadió a la población para que el candidato sea aceptado por la población.

d. Aprovechamiento de los distintos espacios:

En este punto, también fue importante, ya que buscamos en todo momento los espacios, televisivos, radiales, debates y forum, donde participamos para hacernos conocidos, como también para difundir las propuestas. Del mismo modo, hacer ver que el candidato, sea visto como un estadista que conoce la realidad del distrito.

Mientras tanto los otros candidatos, no participaban en los debates generando puntos en su contra; esto se debía a muchos factores, como: 1) no tenían facilidad de palabras; 2) Desconocían la realidad local; 3) no se encontraban preparados para poder debatir con otros candidatos; y 4) adolecían de propuestas coherentes y concretas. Por lo que, para nosotros nos favorecía, porque de esa manera buscamos que el candidato se haga conocido, participe y no rehuya a los debates, por que la población hubiese tenido un mal concepto.

e. La identidad cultural del pueblo:

Tres semanas antes de realizarse las votaciones, orientamos nuestro mensaje a que un chiclinero debería ir a la alcaldía; de esa manera, comenzamos hacer conciencia en el centro poblado de su tierra, a manejar el mensaje de la identidad local, de que el pueblo de Chiclín trate de apoyar al candidato de su pueblo. Por lo que, en todo momento la población comenzaba a unificarse y a participar con el movimiento de Siempre Unidos. Chiclín, un centro poblado, que durante estos últimos diez años ha sido golpeado, tanto por la naturaleza como también por la irresponsabilidad de sus directivos de la empresa, que han llevado a una crisis profundo; por lo que, los distintos organismos estatales y gobiernos municipales, se han olvidado de este centro poblado; se buscó en todo momento hacer ver que el candidato a la alcaldía del Distrito de Chicama, por el Centro Poblado de Chiclín, tiene un compromiso moral con su pueblo, de sacar de la situación en que se encuentra y convertirlo en un centro poblado moderno.

A partir de allí, se buscó en todo momento demostrar que los ciudadanos de este lugar tienen el compromiso de darle el triunfo a un hijo del pueblo que era un profesional. Por lo que, muchas personas de la tercera edad, adultos, jóvenes, hombres y mujeres, comenzaron a inclinar su voto y simpatía por el candidato de Chiclín. Para ello, orientamos a que todo chiclinero se sentía comprometido por votar por un chiclinero, todos los chiclineros donde vivían, llámese Chicama, AA.HH en Chicama, Chicamita, Sausal, se comenzaron a identificar con el candidato de Siempre Unido. Por lo que nuestra consigna fue “Vota por Chiclín”, “Un chiclinero a la Alcaldía”.

f. los niños con Chinandy:

Cuando un candidato pega, esto se ve reflejado en los niños, ya que ellos comienzan a difundirlo. Desde el momento en que se comenzó a difundir la canción el “Río Chicama”, los niños de las diferentes edades, comenzaron a cantarlo, por lo que también influyo mucho en sus padres. Hemos recogido algunas anécdotas y testimonios, como:

En la casa de un señor, el niño se pone a conversar con su abuelo, el pequeño le pregunta por quien va a votar, el abuelo le responde no saber por quién votar; el niño le dice que vote por chinandy, marcando el símbolo de la mamá con su hijo; el abuelo le pregunta, por que quiere que vote por él, el pequeño le responde porque ha hecho la pileta.

En otra ocasión, un niño se pone a llorar, y su tía le pregunta por que está llorando, el pequeño le responde que su mamá va a votar por Vega (otro candidato); y la tía le pregunta, y tu no estas de acuerdo, entonces el niño le responde que no, por que el quiere que vote por chinandy, por la mamá con su bebe.

Cuando íbamos a distintos lugares, y regresábamos los niños lo veían a chinandy y se acercaban, le hacían “urras”; otros niños comenzaban a acercarse y a darle la mano, las niñas un besito, otros cantaban; del mismo modo, los niños le decían a su padre que los lleve para que conozcan a chinandy. Para ello, se acordó realizar una chocolatada para todos los niños; en aquella oportunidad, llegaron cerca de 700 niños que se les dio a todos. Chinandy comenzó a repartir a los niños, conjuntamente con su esposa y las mujeres que apoyaban al candidato. De esa manera, la identificación de los niños con el candidato, fue muy importante, porque influyo mucho en la votación de sus padres, hermanos y parientes.

g. Priorizar los lugares:

Dentro del marco de la campaña electoral, también tomamos en cuenta los lugares donde se iban a priorizar; para ello, manejamos el criterio de consolidar el triunfo del ingeniero en Chiclín; posteriormente, abordar los Asentamientos Humanos en el centro poblado de Chicama, ya que en esos lugares viven muchos chiclineros; Chicama y Sausal, se tenía en un segundo y tercer plano, respectivamente.

Para el movimiento, los lugares más importantes, y de acuerdo a la población electoral, se encontraba en Chiclín y Chicama; no había mucho tiempo para dedicarse a realizar la campaña en Sausal, por la distancia. Además, los candidatos a regidores pertenecientes a este Centro Poblado Menor, no aportaban nada, ya que creían que era imposible ganar las elecciones municipales.

Y por último, la familia del candidato, sus hermanas, también realizaban propaganda en Trujillo, donde también existe una gran cantidad de personas chiclinenses que viven en la capital de la región, pero que votan en el distrito de Chicama. Por lo que, fue lo primordial visitarlos y conversar sobre el voto a favor del hermano.

h. Rol de las anfitrionas:

Otro elemento que contribuyó al triunfo del Ing. García, fue la formación de anfitrionas, que era un grupo de mujeres (señoras), que se encargaban de visitar a sus amigas, o ir de casa en casa llevando el mensaje, la propuesta del ing.; estas mujeres salían los fines de semana a los distintos lugares a tocar las puertas y a convencerlos de que voten por este candidato. Para el propio día de las elecciones, ellas se colocaban en las afueras del local de votación, para ver algunos amigos, o personas que llegaban y los inducían el voto a favor nuestro.

i. No a la guerra sucia:

Como es característica en las elecciones municipales, particularmente, en el Distrito de Chicama, la guerra sucia no faltó; motivo por el cual, Siempre Unidos, desde un inicio se abstuvo de participar o protagonizar este tipo de acciones; por el contrario, la guerra sucia fue hacia nosotros, en ningún momento dimos respuesta, en todo momento lanzamos el mensaje de que no debemos estar al nivel de ellos, tenemos que demostrar educación y cordura. Nos sacaron pasquines, pero en ningún momento le respondimos.

Eso nos permitió, solidaridad y más apoyo hacia el movimiento, porque de esa manera, se pudo demostrar cordura, tranquilidad, tolerancia y educación.

Este tipo de pasquines, demostraba desesperación, por el temor a perder las elecciones; incapacidad para poder ganar a la población, y por último, falta de espíritu democrático.

j. Participación de la familia:

En este aspecto fue importante, el rol y participación de la esposa del candidato que también estuvo desde el inicio participando y apoyando a su esposo, como también en la campaña, movilizaciones, elecciones, por lo que fue algo favorable; ya que, la gente lo veía muy cerca de él. Del mismo modo, sus hijos, en todo momento también participaban en la campaña. La esposa, hablaba en los mítines y por último fue la que conjuntamente con su esposo compusieron las canciones y las interpretó en todos los mítines que se realizaban en los distintos lugares del distrito.

Asimismo, la familia del candidato y de la esposa, también aportaron al triunfo electoral, ya que comenzaron a visitar a sus familiares, amistades, para tratar de convencer y votar por el candidato de Siempre Unido. Este tipo de red social y familiar, cada día se iba incrementando, hasta llegar a contar con una gran cantidad de personas que se sentían identificados con el candidato de chiclin.

k. Espíritu triunfador:

Desde un inicio, el Ing. García llegó con una mentalidad de ganador, estaba muy mentalizado y optimista; en ningún momento demostró desaliento, pesimismo, por el contrario iba contagiando ese espíritu de ganador a todos sus miembros de regidores, y a la militancia. Siempre manifestaba, *“Yo no he venido a competir, he venido a ganar las elecciones, para eso me he preparado”*

Para ello, solía visitar a sus amistades, familiares, amigos, para hacerles saber su propuesta de postular, y ganar las elecciones. Lo cual, contagiaba y animaba a todos los que se encontraban cerca de él.

l. Canciones a mi pueblo:

Otro elemento innovador, fue la elaboración de canciones inéditas, que comenzaron a ser interpretadas por su esposa, y tenía mucha melancolía, con un mensaje al pueblo, a la familia, a la esperanza, a la superación. Esto contagio, ya que, muchos comenzaron a contagiarse con la canción y lo cantaban; asimismo, los niños fueron los que comenzaron a interpretarlo, para de esa manera cantarlo todos.

m. menosprecio a nuestro movimiento:

Desde el inicio, los demás partidos o movimientos que candidateaban al sillón municipal, no nos hacía caso o nos ridiculizaban, es decir comentaban que no íbamos a tener muchos votos, íbamos a quedar en el último lugar. Pero a pesar de ello, seguíamos trabajando bajo el espíritu de vencedor.

Algunos decían que teníamos que “pagar piso”, y que en las próximas elecciones podríamos llegar a tener suerte y ganar las elecciones. Este menosprecio, nos permitió, comenzar a trabajar desde abajo, hacer un trabajo de hormiga, y de visitar casa por casa, aprovechar las circunstancias y dar pasos firmes y seguros.

Es por eso, que en poco tiempo, pudimos lograr incrementar y pelear por el triunfo. Estos fueron los elementos que conllevaron al triunfo electoral del Ing. Fernando García Quiroz, en las elecciones municipales distrito de Chicama.

m. Manejo estratégico de nuestros pocos recursos:

Nuestra campaña fue muy franciscana, prácticamente el costo que demandó la campaña no superó los 10 mil nuevos soles; pero se supo aprovechar las circunstancias y los momentos oportunos para invertir en cosas que nos diera buenos resultados.

Desde el momento en que nos inscribimos hasta el sufragio, es de aproximadamente 6 meses; por lo tanto, algunos candidatos comienzan la campaña invirtiendo y conforme va pasando los días, va reduciendo su presupuesto y la última semana para finalizar el proceso, prácticamente ya no cuentan con dinero para financiar una serie de gastos. Por lo que, va perdiendo el control de su militancia.

En otros casos, comienzan la campaña electoral invirtiendo bien, pero luego se apagan y desaparecen del espectro electoral, para luego reaparecer, y ya es demasiado tarde.

El caso nuestro fue totalmente diferente, comenzamos visitando los lugares, promocionando a nuestros candidatos, luego seguimos con las pintas, posteriormente, realizamos las presentaciones de nuestros candidatos en todo los lugares; paralelo a ello, comenzamos a organizar bases donde hubiesen chichilnenses, para que ellos se encargaran de organizar y movilizar a la población. Luego, llegaron las pintas con diferentes tipos de consignas, y nuestros gastos eran muy mesurados.

Las 3 últimas semanas de campaña electoral, comenzamos a bombardear con pintas, afiches, pancartas, propaganda radial y televisiva. Asimismo, muchas personas, profesionales, de Chiclín, comenzaron a identificarse con el candidato y apoyaron, con

movilidad, aporte económico, para trasladar a la militancia y para cubrir algunos tipos de gastos que demandaba en ese momento.

Todo eso significo, que la población ya se sentía identificada con el candidato, y el triunfo ya estaba contado. Solamente, esperábamos las votaciones para celebrar el triunfo de “Siempre Unidos”.

VI. PUNTOS DEBILES:

Como todo movimiento, se tuvo puntos débiles, pero eso rápidamente se pudo contrarrestar tomando las decisiones acertadas:

Un primer punto débil, fue el fuerte comentario de que el candidato era una persona muy débil, que su esposa y cuñada lo iban a manipular. Por lo que, desde el inicio de la campaña, se planteo que el candidato fuera a vivir con sus padres, que no tuviera ningún contacto con la familia de la esposa, y de esa manera evitar el comentario, mencionado líneas arriba.

Un segundo punto débil, y la critica estuvo dirigido a los candidatos a regidores, ya que ninguno de ellos eran de Chicama, es decir no tuvimos candidatos por el centro poblado de Chicama, a pesar de ser la capital del Distrito; por lo que, eso podría ser una desventaja; pero supimos manejarlo, ya que los otros candidatos no tuvieron una buena estrategia electoral, de cómo contrarrestar o atacar nuestros puntos débiles.

Tercero, tuvo que ver con nuestro ínfimo presupuesto económico; ya que, el ing. García fue el que cubrió cerca del 75% de nuestros gastos, el resto su aporte fue muy mínimo. Solamente se hizo 10 pintas, se sacó 3 millares de afiches, 4 millares de volantes, 4 pancartas, 50 polos, spot publicitarios (tanto en televisión y radio) durante 5 días en TV y 10 días en radio. Por lo que, frente a esa debilidad, se buscó la estrategia de visitar casa por casa, para vender la imagen del candidato.

Cuarto, debido al poco presupuesto que se tuvo, no se podía visitar continuamente a los demás centros poblados, particularmente la zona de Sausal y sus caseríos; tampoco, los candidatos a regidores por este lugar se preocupaban por visitar los distintos lugares, haciendo propaganda; en Sausal solamente, se visitó en cuatro ocasiones. Éramos conscientes, que en Sausal no íbamos a tener una votación significativa en nuestro favor.

Quinto, El pesimismo que hubo en los candidatos de Sausal, no estaban seguro de que iba a ganar el movimiento; por lo que, ellos no hacían mucha campaña, le restaban importancia e interés; cuando participaron en los mítines en Chicama y Chiclín, se dieron cuenta que este movimiento estaba para ganador, fue muy tarde su reacción de hacer campaña.

Sexto, la falta de constitución de bases, que no se tenía en diferentes lugares, solamente en Chiclín se formó la base, en Chicama hubo un comité de apoyo, en otros lugares no tuvimos base del movimiento, mucho menos comité directivo; por lo que, cuando íbamos otros lugares, llegábamos a la casa de algunas amigas chiclineras; eso también nos resto voto y apoyo, pero supimos canalizarlo utilizando otro tipo de estrategia.

Sétimo, la falta de apoyo y participación de los candidatos a regidores por el Centro Poblado Menor de Sausal, debido al pesimismo existente, y a que, la hermana de la

candidata a regidora por nuestro movimiento, también estaba postulando por otro movimiento. Por lo que, no existía un compromiso fuerte con el movimiento de “Siempre Unidos”, existiendo una ausencia de voluntad para hacer la campaña por nuestro movimiento.

Y por último, que me parece el más importante, no teníamos un proyecto político de desarrollo local, para el Distrito; se tuvo un Programa, que había sido elaborado en Lima, pero que se adaptó a la realidad concreta; por lo que, supimos ocultar esta debilidad, buscando un discurso centrado en tres puntos importantes, que fue la satisfacción de las necesidades básicas, la transparencia y la participación ciudadana.

IX. RESULTADOS ELECTORALES:

Después del proceso electoral, realizando el cómputo general podemos decir que el Movimiento Independiente “Siempre Unidos” ganó las elecciones municipales en el Distrito de Chicama; a la vez, podemos indicar que se ganó en los Centros Poblados de Chiclín y Chicama, se perdió en el Centro Poblado Menor de Sausal, éramos conscientes que en este lugar íbamos a perder, debido a la falta de campaña y movilización que no se tuvo. A pesar de ello, se pudo obtener triunfos abrumadores en los otros centros poblados, que también son importantes. El perdedor fue el Partido Aprista, que nunca había perdido las elecciones en este lugar.

La población se encontraba a la expectativa de quien iba a ganar las elecciones, toda la población esperaba fuera de los colegios para saber como iban los cómputos. Por otro lado, los personeros comenzaban saliendo de las mesas de sufragios, nuestros personeros salían con los brazos abiertos, y eso nos alentaba y alegraba saber que en esa mesa se había ganado. Con una camioneta, que nos prestaron, nos movilizábamos de Chiclín a Chicama para saber como estaban las votaciones, y nos llegaba la información vía celular, y por otro lado en el local del movimiento, habían dos jóvenes que se encargaban de vaciar los datos a los cuadros estadísticos que habíamos implementado, de esa manera, se iban contando los votos.

Los hermanos del candidato, también jugaron un rol importante en este proceso electoral, ya que estuvieron como personeros legales y coordinadoras, y ellas eran las que se encargaban de darnos las noticias de las mesas.

Lo rescatable, fue que pudimos captar a mucha gente que tenía mucha experiencia como personero, en elecciones anteriores y que en esta oportunidad nos interesaba tenerlos, por su experiencia; muchos de ellos, participaron en forma voluntaria y los ubicábamos en lugares estratégicos, ya que, el pelear los votos con el APRA, no es cosa fácil, la consigna era anular la mayor cantidad de votos del Partido de Haya, y defender los votos nuestros.

Conforme iba pasando los minutos y las mesas de sufragios se iban cerrando, nuestros votos se iban incrementando; por lo que, llegamos a saber objetivamente que habíamos ganado en Chiclín y Chicama, solamente faltaba saber como quedamos en Sausal, por lo que nos daba mucha incertidumbre y desesperación.

Desde Chiclín, tuvimos que monitorear todo el proceso electoral a nivel distrital, distribuir nuestros personeros a los tres lugares donde se instalaron las mesas de

sufragio. Solamente, faltaba saber cuales fueron los resultados en Sausal. Por lo que, en todo momento nos comunicábamos con el domicilio de la candidata a regidora por Sausal, pero no teníamos ninguna respuesta.

Hasta que, tuvimos que enviar una camioneta para traer a los personeros y saber como habíamos quedado; grande fue nuestra frustración y desesperación, al saber que habían regresado los personeros, con la tristeza y la cara larga, al decirnos que habíamos perdido mayoritariamente en Sausal, y no trajeron ninguna acta para saber como habíamos quedado. Todos decían que había ganado el APRA, pero al hacer nuestro conteo en las mesas de Chiclin y Chicama, comprendimos que habíamos ganado. Dimos la información, pública de nuestro triunfo.

Mientras tanto, en Chiclin y Chicama se sabia del triunfo de Siempre Unidos, el electo candidato seguía en su casa con sus padres y hermanos, esperando la información final, se le iba alcanzando cada cierto tiempo, la cantidad de votos; hasta llegó la multitud, para saludar y festejar el triunfo pero a pesar de ello, el candidato no quería salir a celebrar el triunfo hasta saber en un 75% de votos como quedamos, por lo que se le comunico que habíamos ganado. Y en ese momento nos abrazamos y lloramos de emoción y alegría, por haber ganado las elecciones.

La gente se aglomero en el Local de “Siempre Unidos”, trajeron parlantes, pusieron música, sacaron al electo alcalde en Hombros, y comenzaron a llevarlos en hombros por todo chiclin, luego lo llevaron a Chicama, y la población salía a sus puertas para aplaudir y saludar al electo ganador.

Tal como a continuación lo detallamos con los cuadros estadísticos.

**CUADRO Nº 2
RESULTADOS FINALES DE LAS ELECCIONES
MUNICIPALES DISTRITO DE CHICAMA 2002**

MOVIMIENTO POLÍTICO	TOTAL
M. MAS ACCIÓN	1,432
VECINOS UNIDOS	1,372
TRABAJEMOS CHICAMA	725
APRA	1,765
SIEMPRE UNIDOS	1,948
ALIANZA PARA PROGRESO	381
PERU POSIBLE	315

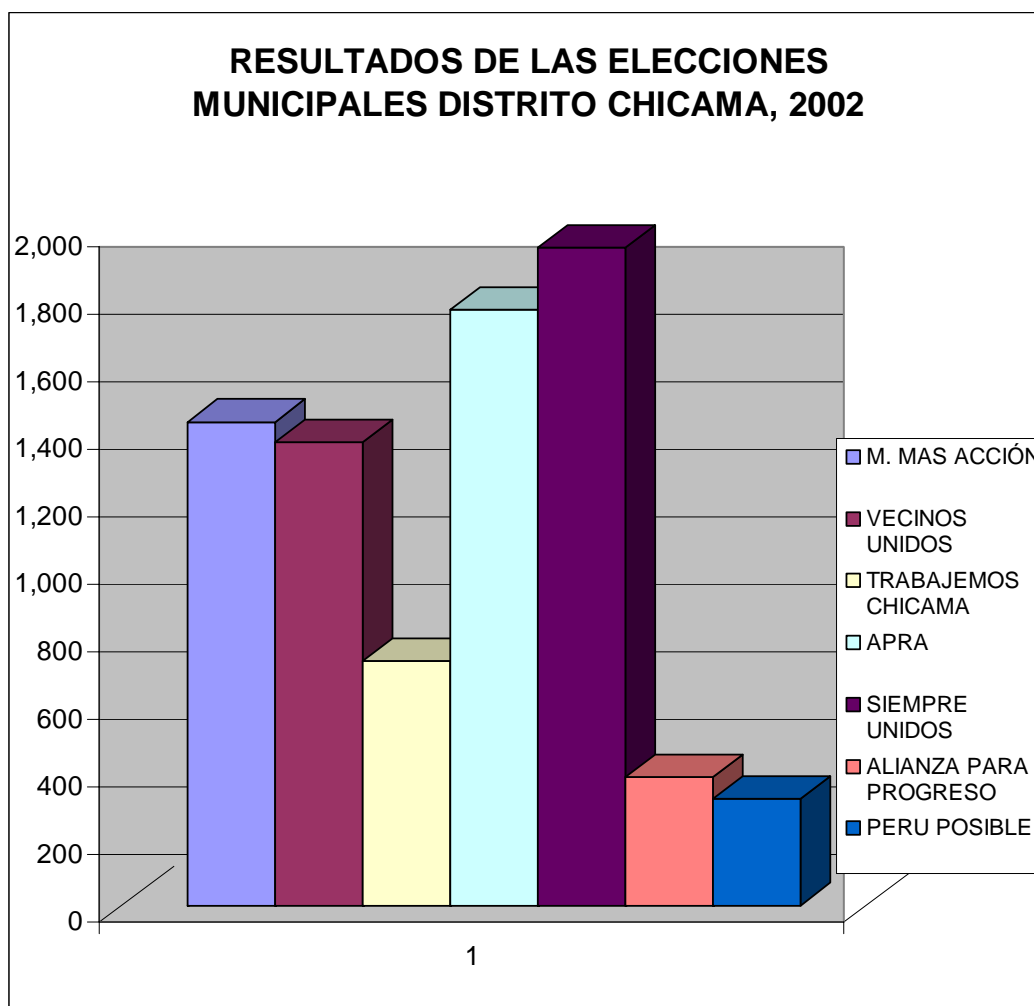
Fuente: ONPE - Ascope

Como podemos apreciar en este cuadro estadístico, el triunfo de Siempre Unidos, fue de 1948 votos, frente al Partido Aprista, que ocupó el segundo lugar con 1,765 de votos; en tercer lugar, ocupo Más Acción con 1,432 votos; cuarto lugar quedó Vecinos Unidos con 1,372 votantes; quinto lugar, fue para Trabajemos por Chicama, con 725 votos; sexto lugar, fue Alianza para el progreso con 381 votantes; y por último, fue para el partido de gobierno, Perú Posible con 315 votos.

La diferencia entre “Siempre Unidos” y el Partido Aprista, ha sido de 183 votos; tal es así que, en los centros de votaciones de Chiclin y Chicama, ganó el movimiento

Siempre Unidos, quedó en segundo lugar Más Acción y en tercer lugar, el Partido Aprista; en el centro de votación de Sausal, ganó el Partido Aprista abrumadoramente. Por lo que, le dio pie para que llegara al segundo lugar, cortando distancia con el primer lugar.

En el siguiente gráfico se puede ver la distribución de los votos por agrupación política en términos totales.



En el siguiente cuadro describiremos, la distribución de los votos por centro poblado.

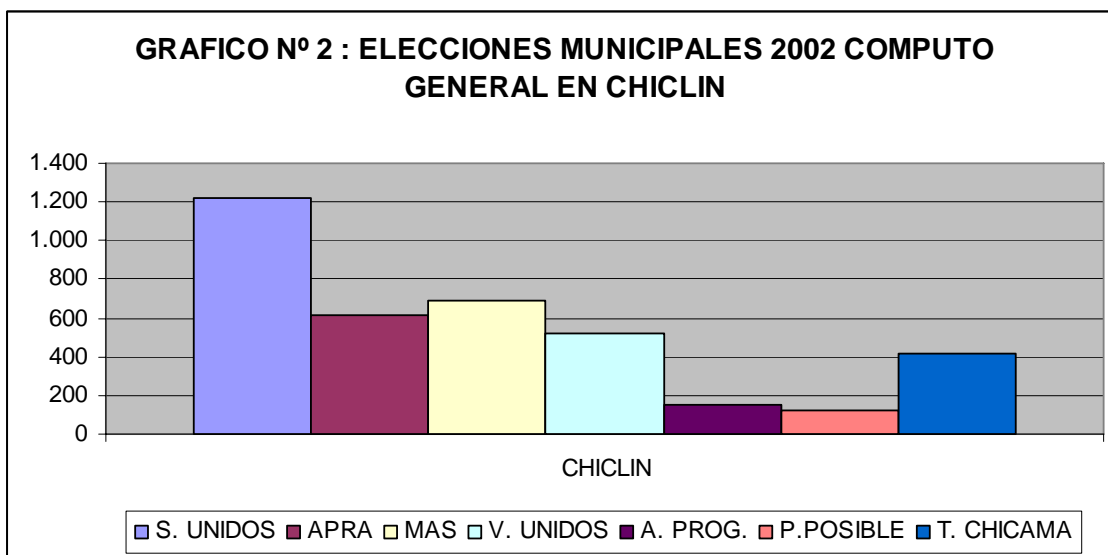
**CUADRO N° 3
ELECCIONES MUNICIPALES 2002 DISTRITO DE CHICAMA. COMPUTO
GENERAL POR CENTRO POBLADO**

LUGAR	S. UNIDOS	APRA	MAS	V. UNIDOS	A. PROG.	P.POSIBLE	T. CHICAMA
CHICLIN	1.222	615	694	516	150	123	416
CHICAMA	669	334	401	223	68	72	219
SAUSAL	92	871	200	354	115	86	51
TOTAL	1.983	1.820	1.295	1.093	333	281	689

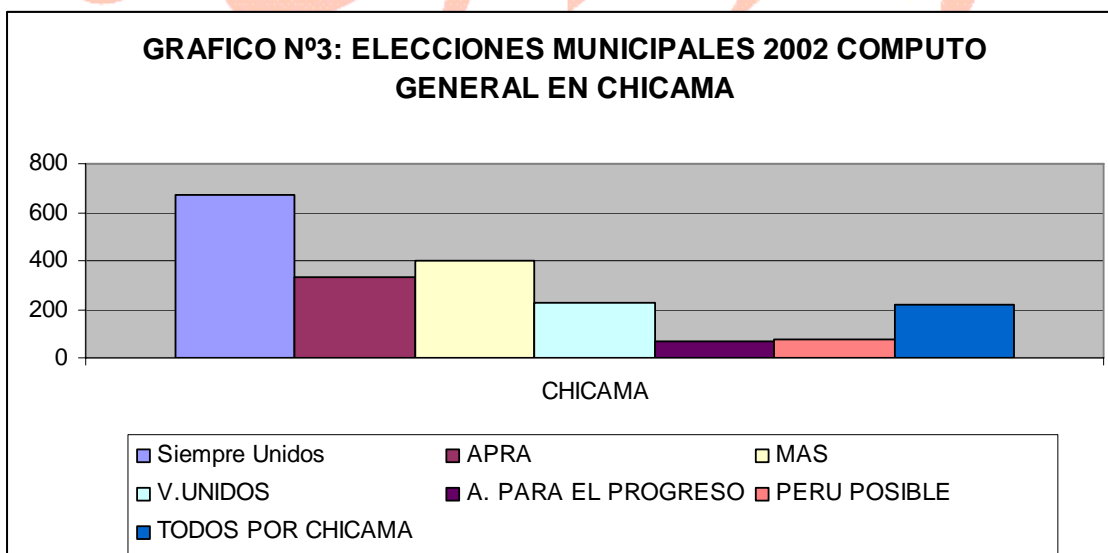
Fuente: ONPE Provincia de Ascope – 2002

Como podemos apreciar en este cuadro, el movimiento “Siempre Unidos”, ganó abrumadoramente en Chiclin con 1,222 votos, seguido del Movimiento “Mas Acción”, que llegó a tener 694 votos, mientras que el Partido Aprista llegó a 615 votos, en cuarto lugar llegó el movimiento “Vecinos Unidos” con 516 votos, le siguió “Todos por Chicama” con 416 votos; seguido de “Alianza para el Progreso” con 150 votos, y por último Perú Posible, Partido del Gobierno, obtuvo 123 votos.

En el siguiente grafico detallaremos la distribución de los votos en el Centro Poblado Menor de Chiclin.

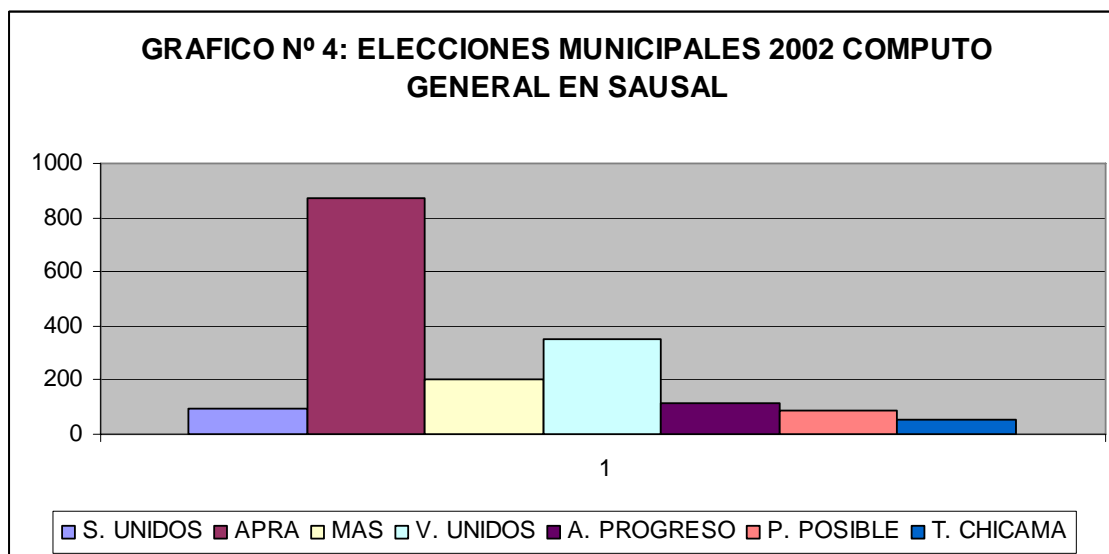


En lo que respecta a las votaciones en el Centro Poblado Menor de Chicama, los resultados fueron de la siguiente manera: Siempre Unidos 669, MAS 401, APRA 334, V. UNIDOS 223, T. por Chicama 219, Perú Posible 72, y Alianza para el Progreso 68. En el siguiente grafico describiremos los votos por movimiento político.



Con respecto a las votaciones en el Centro Poblado Menor de Sausal, el partido Aprista, logra una victoria abrumadora con 871 votos, seguido de Vecinos Unidos con 354 votos, le sigue el MAS con 200 votos, Alianza para el Progreso obtiene 115 votos,

Siempre Unidos llega con 92, le sigue Perú posible con 86 y por último el movimiento Todos Por Chicama obtiene 51 votos. En el siguiente gráfico, podremos observar más detenidamente las diferencias.



PORQUE PERDIO EL APRA:

Manejamos las siguientes hipótesis: *Primero*, la candidata que postulo al sillón municipal por el APRA, fue una persona que no fue del agrado y simpatía de la militancia, mucho menos de la población, debido a su carácter temperamental. Del mismo modo, era una candidata que fue impuesta por la dirección nacional de dicho partido; por lo que, generó mucho descontento y malestar.

Una Segunda hipótesis, fue que la candidatura de dos militantes aprista, le resto votos al partido de Haya de la Torre, ya que la candidata por las estrellas tuvo otro contrincante que era militante de dicho partido, pero que por no tener la aceptación de la dirección provincial, regional y nacional, decide participar por una lista de independientes. Generándose una división de su militancia y a la vez, una división de los votos. Ya que sumado los votos del APRA y del MAS, llegan a 3,197; por lo que hubieran ganado las elecciones siempre y cuando se hubiesen puesto de acuerdo.

La tercera hipótesis, esta vinculado a que la municipalidad de Chicama, durante estos últimos 20 años 18 de ellos han estado en manos del Partido Aprista, solamente un período que estuvo en manos de un independiente que luego se pasó a las filas del fujimorismo; durante esas dos décadas, el distrito de Chicama no se ha desarrollado, mucho menos se ha modernizado, es más los gobiernos municipales en todo momento se ha manifestado mucho malestar y disconformidad, generándose cuestionamiento a la gestión municipal. Esto ha significado un estancamiento y retroceso, como distrito.

Cuarta hipótesis, tiene que ver con la mala estrategia que manejo el partido del pueblo, a pesar de la enorme inversión que tuvo, no priorizó, mucho menos manejo un plan estratégico adecuado; por lo que, el otro candidato aprovecho las debilidades que tenían el APRA. Hubo mucha confianza y seguridad en el APRA, que se creían ganadores, frente a sus adversarios, minimizándolo y actuando con mucha soberbia.

Quinta hipótesis, El movimiento Siempre Unidos, supo aprovechar las debilidades de los adversarios, manejo una estrategia adecuada, influyó mucho en su identidad local, y supo orientar su discurso atacando las principales necesidades básicas. Aprovecho la movilización de la gente, y el espíritu ganador que impuso el candidato desde que se inicio la campaña electoral.

EL TRIUNFO DE SIEMPRE UNIDOS, FUE UNA SORPRESA:

Siempre Unidos, un movimiento nuevo con menos de 6 meses de fundación, con una participación restringida en la capital del país y con un solo candidato en la provincia de Ascope, ha sido capaz de ganarle al partido Aprista, de trayectoria y con una gran experiencia en procesos electorales.

Este pequeño movimiento caló en la población tanto ancianos, adultos, jóvenes y niños, que influyeron mucho en los votantes; pero a la vez, manejo bien su estrategia electoral, permitiéndole el triunfo sobre el partido del pueblo. Su campaña fue muy franciscana, pero el espíritu y la voluntad de triunfar fue lo que permitió hacerse merecedor del sillón municipal.

Supo manejar bien la imagen del candidato, como un profesional de éxito y comprometido con el pueblo; no manejo un discurso demagógico, ni tampoco ofreció cosas, demostró en la propia práctica, a través de obras y entrega de proyectos de obras, sin ser alcalde, que quiere ser un alcalde de gestión que busca la modernización y el desarrollo del distrito.

Las canciones compuestas por su esposa como: “Río Chicama”, “A triunfar Hermanos”, “Pueblo Mío”, calaron en el corazón de los pobladores que lo tomaron con mucha nostalgia pero a la vez los motivaba a una esperanza de cambiar y surgir como antes, un pueblo hermoso y grande como lo fue.

La orientación hacia la revaloración de la identidad local, fue un papel muy importante en el manejo electoral, se buscó en todo momento la identidad donde ya no era un simple candidato sino un representante de un pueblo golpeado por la naturaleza y por los dirigentes que han permitido la crisis generalizada en un pueblo que tiempos atrás fue uno de los pueblos importantes de la región. Ese sentimiento, de revalorización del pueblo, de su tierra, generó que todos los chichlineros que viven en distintos lugares del distrito, de la provincia y de la región, que votan en el Distrito de Chicama significará un compromiso moral para sacar adelante a la tierra de los Larcos. Por lo que, estas elecciones fueron visto como una competencia de pueblos.

El papel que cumplió las redes sociales, donde los candidatos hicieron jugar un papel muy importante a sus familiares, conllevaron a extender sus vínculos parentales. Por lo que, se generó un compromiso familiar.

El otro papel fundamental, fue la participación de las mujeres y de los niños, que en todo momento se encontraba predisuestas a realizar la campaña y votar por el hijo del pueblo de Chiclín. Las madres pertenecientes a este movimiento, visitaban casa por casa, a sus familias amistades de otros lugares, que llegaban a visitarlo y a la vez hacer propaganda por el ingeniero. Del mismo modo, los niños que en todo momento

peleaban con sus padres para que voten por chinandito o por la madre con su bebe (símbolo del movimiento), influenciaron en la decisión de sus padres.

Esta estrategia ha permitido ganar y derrotar al APRA, que hasta la fecha no se entiende como ha ganado y ha podido derrotar al partido del pueblo. Por lo que, la población se encuentra a la expectativa de lo que va a realizar el ingeniero Fernando García Quiróz.

X. CONCLUSIONES:

Podemos concluir manifestando lo siguiente:

1. Supimos manejar una propuesta coherente, sin promesas ni ofrecimientos; vendimos un producto, basado en el trabajo profesional y además con éxito.
2. Se manejo una buena propuesta donde se aprovecho todo lo que se tenía a la mano, como fue la imaginación, la creatividad, la iniciativa.
3. Los distintos candidatos manejaron mal su estrategia electoral, se pelearon en todo momento, etc.
4. Inicio de la campaña fue adecuada y oportuna. No se contaba con mucha economía por lo que se manejo de acuerdo a las condiciones favorables para explotarlo.

La Editorial de **VOX LOCÁLIS** no se responsabiliza de los juicios y opiniones expresados por los autores en sus artículos y colaboraciones.