



Entre la *Promotora* y el partido: un intento de innovación en el modo de hacer campañas electorales

Ana Rosato* y Julieta Gaztañaga**

RESUMEN

El escenario político actual se revela complejo y heterogéneo y pareciera que asistiéramos a cambios en los modos de hacer política, de recepcionarla y de aprehenderla. En esa dirección se inscribe la experiencia llevada a cabo durante la campaña electoral para las elecciones generales de octubre de 1999, por parte del Partido Justicialista local de una pequeña ciudad del interior argentino. Al comenzar la campaña, las autoridades y candidatos locales delinearon una modalidad proselitista basada en la utilización de un local sin signos de pertenencia partidaria –la *Promotora*– y en la conformación de *equipos técnicos* formados por militantes del *partido* y *extrapartidarios*, quienes tendrían a su cargo delinear la plataforma electoral. Todo con el objetivo explícito de captar a los votantes *independientes*.

En este artículo nos interesa explorar –a partir de una descripción etnográfica– la nueva forma de proselitismo propuesta, a fin de comprender en qué medida la innovación impactó sobre el “modo tradicional de hacer política” y sobre aquellos encargados de llevarla a cabo: los *militantes peronistas*.

PALABRAS CLAVES: Prácticas políticas, campañas electorales, peronismo, antropología social, etnografía.

ABSTRACT

Today's political stage reveals itself as complex and heterogeneous, and we seem to be the witnesses of transformations in the ways of making, perceiving and understanding

* Profesora regular UBA. Investigadora del CONICET-Correo electrónico: ana_rosato@hotmail.com

** Estudiante UBA. Correo electrónico: sararsa@ciudad.com.ar

Realizado en mayo de 2001. Entregado para publicar en julio de 2001

politics. This context informs an interesting experience developed by the local *Partido Justicialista* of a small town from Argentina. When the 1990's general elections campaign started, the local party's authorities and candidates decided that they should place their headquarters in a building deprived from any sign of party affiliation, the *Promotora* (a noun for a person or institution advancing some program), and create "technical teams" –assembling the party's *militantes* (activists) and people not belonging to the party- that would write the electoral proposal. These innovations aimed to attract the independent electors. We intend to develop an ethnography of this experience, in order to measure its impact on both the "traditional way for making politics" and the people who make it: the *militantes*.

KEY WORDS: Political practices, electoral campaigns, peronism, social anthropology, ethnography.

El escenario político actual se revela complejo y heterogéneo; parecería que asistimos a cambios en el modo de hacer política, en el modo de recepcionarla y en el modo de aprehenderla. En esta dirección se inscribe la experiencia llevada a cabo durante la campaña electoral para las elecciones generales de octubre de 1999, por parte del Partido Justicialista local.¹ Al comenzar la campaña, las autoridades y candidatos locales delinearon una modalidad proselitista basada en la utilización de un local sin signos de pertenencia partidaria –la *Promotora*–² y en la conformación de *equipos técnicos* formados por militantes del *partido* y extrapartidarios, quienes tendrían a su cargo delinear la plataforma electoral. Todo con el objetivo explícito de captar a los votantes *independientes*.

En este artículo nos interesa explorar –a partir de una descripción etnográfica- la nueva forma de proselitismo propuesta, a fin de comprender en qué medida la innovación impactó sobre el modo “tradicional de hacer política” y sobre los encargados de llevarla a cabo: los *militantes peronistas*.

LA INTRODUCCIÓN DE LA “INNOVACIÓN”

A nivel local, el de una ciudad de 20.000 electores, y en un contexto socioeconómico agrícola-ganadero y de servicios- el año 1999 se presentaba como un momento netamente *político*.³ Las elecciones generales que se realizarían en octubre eran el motivo principal de conversación de todos los habitantes, centrándose básicamente en las candidaturas “locales” (intendente y concejales, senador y diputados provinciales). El Partido Justicialista local tenía electos a sus candidatos a través de una “interna”⁴ desde diciembre del año anterior pero, según los militantes, los candidatos y las autoridades del partido parecían *demorar* el comienzo de la campaña electoral con vistas a las *generales*. Fue recién en mayo de ese año, y con la asistencia de autoridades, candidatos y militantes que se produjo la primer reunión “general” con fines organizativos en el local partidario. El objetivo era el de *comenzar a pensar en la campaña*.

La reunión comenzó cuando llegó el candidato a intendente y tomó la palabra. Luego de saludar y agradecer la presencia de los asistentes, planteó el objetivo de la reunión: armar los *equipos técnicos* para empezar a trabajar y preparar la plataforma de gobierno. Enunció los temas que, pensaba, tenían que ser abarcados y enfatizó la importancia de que *participara la gente de la ciudad*. Finalmente escribió dichos temas en un pizarrón – colgado minutos antes en una de las paredes- y preguntó quiénes estaban dispuestos a trabajar en cada uno. Los inte-

resados se anotaban al lado de cada tema e iban proponiendo nuevos aspectos para trabajar.

Quedaron delineadas tres grandes áreas (*institucional, desarrollo y social*) subdivididas en temas más específicos. El comentario de los presentes fue que eran *muchos*. Efectivamente. El área institucional quedó dividido en nueve subtemas: recuperación y desarrollo, obras públicas, espacios verdes, servicios, urbanismo, organización, presupuesto, seguridad. La de desarrollo en siete: política terciaria y universitaria, islas y pescadores, integración al Mercosur, área industrial, integración del agro con el municipio, juventud, turismo y carnaval. Y el área social en cinco: trabajo y política social, salud, educación, deportes, cultura.

Cada subtema estaría a cargo de un *equipo técnico* conformado por las personas cuyos nombres figuraban en el pizarrón. Hubo personas presentes que no se habían anotado en ningún equipo, sea porque no les interesaban los temas, sea porque querían tomarse un tiempo para pensarlo; hubo temas en los cuales no se anotó nadie, y también hubo quienes se anotaron en más de un tema. De las 67 personas anotadas: 12 eran no afiliados o extrapartidarios (algunos presentes pero la mayoría ausente y cuatro eran simpatizantes que habían participado muy activamente en la campaña para las elecciones internas) y los otros 55 eran todos afiliados justicialistas. De esos 55: nueve eran candidatos y el resto eran *militantes* del partido.⁵ Como responsable de la organización de los *equipos* se nombró a la candidata a primer concejal.

El candidato a intendente dio por finalizada la reunión sosteniendo *que para que lo producido por estos equipos sea realmente útil para la plataforma y luego para la gestión de gobierno en la intendencia, era necesario que participara la mayor cantidad de gente posible, no solo los peronistas*. A raíz de esto anunció que, tras un acuerdo entre los candidatos “locales”, se había decidido alquilar un local en el centro de la ciudad que sirviera de *base al trabajo de los equipos técnicos*. De este modo se pensaba solucionar el problema de la participación. Según él, si bien muchos independientes que no concurren a la reunión le habían manifestado su intención de trabajar para *el proyecto*, el inconveniente radicaba en que *no quieren que los vean entrar al local del partido*.

Las acciones orientadas a cumplir este doble objetivo – producir un *trabajo técnico* y contar con la *colaboración de independientes*– fue decisivo para el surgimiento de diferencias –podríamos decir relativas y conflictivas– respecto de la forma “tradicional” de militar. Observamos tres aspectos de la campaña donde estas “diferencias” se manifestaron: los actos, los espacios (los locales) y las actividades o trabajos.

LA INAUGURACIÓN DE LA *PROMOTORA*: UN ACTO INUSUAL

La *Base de Encuentro Técnico* se inauguró una noche de junio, evento para el cual se habían repartido invitaciones *en mano* a una conferencia sobre el tema “seguridad”. Significativamente, cómo se sucedieron los hechos en esta reunión da la tónica que, como observamos, signaría el resto de la campaña respecto de lo que los candidatos consideraban el electorado independiente. Si se había planteado lo técnico como un apéndice innovador en la estrategia proselitista, su articulación con la estrategia tradicional no estaría exento de conflictos.

Llegamos a la hora indicada, pero *naturalmente* las formalidades iban a demorarse (digamos que una paradójica naturalidad: no se trataba de una típica reunión partidaria y era la primera charla que se hacía). La naturaleza de esta atípica sede partidaria y lo que iba a resultar de la reunión *-quiénes iban a ir y quiénes no-* conformaban el arco de las principales incógnitas. Sin embargo, y pese a la explícita necesidad de contar con gente nueva, todos parecían conocerse.

A la par de los saludos y las sonrisas, se multiplicaban hileras de sillas. Los organizadores —a diferencia de la informalidad propicia para los actos partidarios, todos en traje y corbata— se movían ágilmente en el torbellino de excitación anfitriona ubicando y reubicando a los presentes. Localización que culminó con la gente vestida de modo *más elegante* en las primeras filas, y *la de los barrios* —entre los que había referentes políticos del partido— desde el medio hacia atrás del salón. El “local” exhibía una simpática austeridad, y la ausencia de imágenes proselitistas y símbolos partidarios resultaba sintomática de los objetivos de la reunión. En el frente opuesto a la puerta de entrada, un cartel con la frase “de cara al futuro” (el lema de la campaña) enmarcaba la mesa entarimada a la que se sentarían quienes iban a dar *la charla*. La bandera nacional, en uno de los ángulos, presidía la homogeneización en función de los intereses compartidos, y en las tres caras restantes del salón sendos paneles contaban, fotográficamente, la historia de la ciudad y de la concreción del *punte* que la uniría con otra ciudad, y, sintética y diagramadamente, la organización de los equipos técnicos y sus actividades.

A diferencia de la “tradicional” cumbia, Fito Paéz desde el parlante acompañaba al *cuánto falta, dónde están, a qué hora era*. Y al poco habitual pedido de puntualidad, las respuestas eran que la conferencia de prensa *los había demorado* pero que en breve todo empezaría. Los “protagonistas” recién fueron aparecieron a lo largo de los cuarenta minutos siguientes.

El acto comenzó cuando llegó la figura principal del evento: el candidato a intendente. A su derecha se sentaron los candidatos a diputado provincial y a

senador provincial, el ministro de gobierno, la “Licenciada” –una expositora venida de Buenos Aires– y el candidato a vicegobernador. A su izquierda, se sentaron un segundo expositor y el candidato a secretario de obras públicas. Al lado de la bandera y fuera de la tarima, se sentaron el expresidente del partido local –candidato a secretario de acción social– y la candidata a primer concejal. Esta disposición enfatizaba el objetivo *técnico* de la reunión, pero dejaba en claro quiénes la organizaban. Siendo ocho personas, el candidato a intendente no ocupaba realmente el centro, pero parecía hacerlo.

Los periodistas, representantes de todos los medios locales y algunos provinciales, iniciaron su labor cuando el presentador – un locutor radial contratado por el partido⁶– abrió el evento, nombrando a los invitados y a cada “candidato” sólo por el cargo actual. A continuación tomó la palabra la candidata a primer concejal. Definió al corazón del *local* como el lugar de asentamiento de los veinte *equipos técnicos* conformados para la elaboración del *Proyecto...* (nombre de la ciudad) *de cara al futuro*, enfatizó la importancia de la participación en las actividades orientadas al *bien común*. Finalmente recordó completar las encuestas repartidas a la entrada, que servirían como evaluación de la reunión e informarían sobre los temas de interés para el público. Posteriormente el cura párroco bendijo el “local” e invitó a rezar un Padre Nuestro como *sacramento de unión y compromiso*. No sólo la bandera nacional respondía a estos deseos.

Luego habló el candidato a intendente. Agradeció la presencia de *los amigos*, a quienes llamaba por el nombre o el diminutivo, y de quienes lo acompañaban como invitados (es decir, extra-fórmula). Su discurso fue breve y seguido por un nivel de aplausos comparativamente mayor que los que se escucharon antes y después.

Como lo había anticipado *el candidato a intendente*, el eje de esta *primer conferencia* era la seguridad, un tema que *nos preocupa a todos*. Para eso había dos invitados. El primero en hablar fue un “experto” en la *problemática de la inseguridad*; esta fue la exposición más larga. Lo siguió *la Licenciada*, contando la experiencia de otra provincia que coincidía *en esencia* con la iniciativa local del “modelo comisiones”. Para culminar se abrió un espacio de preguntas. La primera fue para “el experto”, sobre la relación entre la influencia de los medios y el delito, cuya respuesta fue, sin titubeos, que la verdadera realidad no se compone tan sólo de aspectos trágicos pero que lo positivo se oculta tras su excesiva ponderación, haciendo referencia –para sorpresa de muchos– y perdón de por medio, a las enseñanzas de Perón: cuando no hay otra chance debe recurrirse a *la tiza y al carbón*

para comunicar lo que en verdad sucede. Las dos preguntas restantes se dirigieron a la Licenciada, sobre la génesis de los Foros y la situación previa a su constitución.

Finalmente tomó la palabra el candidato a Vicegobernador, expresando sus intereses por una actualización de la doctrina partidaria y recalcando la importancia de las elecciones internas abiertas como medio para marcar diferencias, y en última instancia, e implícitamente puesto que no lo verbalizó, promover la participación de los independientes⁷. Perón fue nombrado tan sólo lo necesario: figura mítica del origen que no tenía por qué resultar un factor de exclusión al interior de proyectos que servirían al desarrollo de toda la provincia y a la ciudad en particular. Sus cualidades oratorias y el lenguaje directo y “campechano” arrancaron aplausos a la gente casi de la misma magnitud que los brindados al candidato a *intendente*.

La conclusión de la reunión fue correlativa del clima festivo de una apertura de campaña, y tuvo su corolario en la posterior charla informal que se desarrolló. Los oradores bajaron de la tarima y se acercaron a la gente para conversar y responder las preguntas de los periodistas. Fito Páez volvió a escucharse en los parlantes y, para sorpresa de muchos, un grupo de mozas contratadas se mezcló entre el gentío bandejas en mano: lunch y bebidas sin alcohol para todos.

La inauguración fue considerada un éxito de público, los cálculos menos exitosos afirmaban que habían asistido unas 530 personas: *muchos* no partidarios. Para algunos –los candidatos por ejemplo– el éxito se debía a la expectativa sobre el tema tratado, realmente de *interés general*. Incluso se resaltó que fue la *gente común* mientras que aquellos que estaban involucrados como ser los fiscales de la ciudad no habían asistido. Para otros –los militantes– el éxito también había sido aplastante: *mucha gente afuera que no pudo entrar... no... si la fórmula, es impresionante como convoca. No hay quien nos gane*. El objetivo cumplido de la reunión señalaba entonces la duplicidad del que la había promocionado, y las diferencias de esta con las reuniones subsiguientes en la Promotora dan la pauta de que cumplir los objetivos de campaña dependía en mucho de cómo se definiese y se recorriese cada espacio proselitista.

Comparando con otras inauguraciones, como las de las unidades básicas o con los actos de apertura y cierre de campaña, en ésta no sólo estaban ausentes los símbolos partidarios sino también muchos de los comportamientos considerados “típicos” en un acto peronista.⁸ Los militantes que asistieron se vistieron y se comportaron de modo distinto. Por ejemplo, cuando se saludaban, hacían referencia a la ropa que tenían puesta y en varios casos aclaraban que habían tenido que pedir-

la prestada; y eran muchos los comentarios sobre la ropa que llevaban militantes y no militantes. Respecto a los comportamientos, mientras que durante los actos del partido la gente se levanta constantemente, conversa, saluda a uno y a otro, y va al bar a pedir una bebida (cerveza por lo general), en la inauguración se mantuvo sentada del principio al fin. Sólo al terminar se pusieron a conversar en grupos pequeños. Asimismo, mientras que en los actos hay más niños que mayores y se pasan la mayor parte del acto corriendo y jugando entre la gente, en la inauguración no había casi ningún menor de 12 años, y si los había se mantuvieron sentados en la falda de su madre o en una silla durante todo el acto.⁹

Incluso la cantidad de gente que asistió fue particular: la cifra de 500 asistentes es poco significativa si se tiene en cuenta que un acto “sectorial” –por ejemplo de la juventud peronista- convoca a no menos de 600 personas y los “partidarios” unos 3000. Sin duda, lo que fue interpretado como un éxito en la inauguración fue la cantidad de gente “no peronista” que asistió.

DIVIDIENDO, DESHACIENDO: UNA CAMPAÑA, DOS LUGARES

Como observamos durante la investigación y tal como los actores lo recalcan, el local de la *Promotora*, contrastaba con el *local del partido*. Ubicado casi en el centro de la ciudad, donde trabajan las autoridades partidarias y, por lo tanto, históricamente utilizado por la línea hegemónica –la que ha ganado siempre las elecciones internas-, el local del partido también es donde los *compañeros*, o no, van a pedir ayuda cuando el partido no está en el gobierno local, es decir, cuando *no tiene la intendencia*. Tal era el caso con la intendencia en manos del *radicalismo*; la gente que no recibía una respuesta a sus reclamos desde el municipio concurría a elevar sus preocupaciones y sus quejas al local del partido. Allí están, para atender tales reclamos, el presidente del partido y los legisladores –quienes lo hacen *personalmente* una vez por semana- apoyados por una secretaria y algunos colaboradores. La corriente de demandas y respuestas hace que durante todo el día este local esté lleno de gente, entrando, saliendo o esperando sentada.

De este mismo lugar es también donde sale la mayor parte de los “bienes” que las personas demandan: los materiales (leche y comida enlatada, remedios, pasajes) y los no materiales (gestiones ante las instituciones). Una escena cotidiana es ver entrar y salir *mercadería* del local, junto con la presencia de compañeros que pasan y entran simplemente para *ver que pasa, en qué andan, qué novedades hay*. Tránsito que se hace más intenso en tiempo de elecciones, cuando se torna el lugar

obligado de reunión de *todo el peronismo de la ciudad*. Ahí candidatos y militantes van discutiendo sobre la marcha de la campaña e intentando delinear una estrategia común para implementar en las unidades básicas, repartidas por toda la ciudad. En ellas se hace fundamentalmente el trabajo netamente político, el proselitista; desde allí los militantes organizan *las visitas*, las recorridas por los barrios, los actos barriales, las *pintadas*, etc.. Pero es del local del partido de donde salen las estrategias generales y se trabaja en los aspectos comunes como por ejemplo la publicidad, las encuestas, la organización de los actos de apertura y de cierre. Y por supuesto, es el escenario principal el día de la elección: para festejar las victorias electorales o llorar las derrotas.¹⁰

Así es que, tanto para peronistas como *no peronistas*, el local del partido es un espacio peronista, y toda la ciudad *sabe* que aquel que entra en él es un *peronista* o un *simpatizante*. Por eso “sorprendió” a los militantes la inauguración del nuevo local, ya que, aún cuando no tuviera signos partidarios y se convocara a *reuniones extrapartidarias*, todos sabían que era peronista.

Si en el inicio de la campaña la división del trabajo entre los dos locales —la *Promotora* y el partido— fue bastante claro: mientras que el local del partido seguía concentrando la *asistencia* al compañero, en la *Promotora* se “intentaba” concentrar todo lo que tenía que ver con la campaña; no obstante, y en mayor medida con el correr del tiempo, iba a parecer que —en función del plan delineado por los candidatos— el segundo local quitaba funciones al primero.

Retomando el *suceso* de la inauguración, durante la mañana del día siguiente los militantes procedieron a sacar parte del decorado. El local de la *Promotora* no solo quedó despojado de signos partidarios, el saldo fue: la desnudez de la mesa (solo una tabla con caballetes), unas sillas apiladas (cuyo número iba disminuyendo con el tiempo ya que eran las que se usaban en los actos), los paneles recostados sobre las paredes (que con el tiempo fueron perdiendo sus fotos), un escritorio, una computadora y un teléfono. Algo correlativo al uso que se había pensado para este local: ahí se reunirían los *equipos técnicos*, se realizarían *charlas técnicas* a cargo de especialistas y permanecería abierto todo el día para que los “interesados” en participar evacuaran sus dudas.

Para que realizaran el trabajo de “atender al público” se contrató a dos empleados a quienes se les pagaba un sueldo —aunque ambos eran afiliados y militantes de la *Juventud Peronista*. Su tarea consistía en atender y brindar información a aquellos que entraran a preguntar “algo”. Si ese algo estaba relacionado con los temas que trabajaban los equipos técnicos debían informarlo el día de reunión. Si el interés era “partidario” debían informar que para eso había que ir al local del

partido. Y si su interés era por las propuestas partidarias, debían darle los folletos publicitarios. A su vez, los encargados de los equipos técnicos debían informarles los horarios y fechas de reunión en que se iban a reunir a fin de que pudieran informarle a los interesados. Esta era una tarea que debían realizar como empleados antes que como militantes, lo que suponía, según los candidatos, que iba a hacer más eficientes las actividades de la *Promotora*.

Pero según lo que observamos y nos relataron sus protagonistas, en la práctica la organización del trabajo en la *Promotora* fue desde el inicio “irregular”. Por un lado, el local no siempre estaba abierto todo el día; según los empleados recién después de la cinco comienza a haber gente; sin embargo tampoco se cumplía este horario –sea porque se quedaban dormidos, porque estaban militando o porque eran derivados a otras tareas fuera del local-. Por otro, y como fue observado por los mismos candidatos, los empleados no trataban a todas las personas del mismo modo. Por ejemplo, en ciertas ocasiones algunos de los que entraban para ofrecerse a colaborar en los equipos técnicos eran de alguna manera “desalentados”: o se les informaba que *estaban completos*, o se anotaba su nombre diciendo que se los iba a convocar, pero esos nombres nunca llegaban al encargado del equipo correspondiente. Además, la coordinación entre los empleados y los encargados de equipos nunca funcionó totalmente: el encargado fijaba una hora y un día pero los empleados daban la información cambiada, de tal forma que cuando los participantes llegaban se encontraban con que el encargado no estaba¹¹.

Estas desavenencias entre los que trabajaban en la *Promotora* y de estos con el público originaban discusiones que finalmente iban a dar al local de la *Promotora*; de manera que no era raro entrar y encontrar a una o más personas discutiendo. Incluso el local llegó a ser escenario de disputas entre los encargados de equipos y los encargados-empleados de la publicidad y la propaganda, debido a que éstos modificaban el contenido de los puntos a incluir en la plataforma.

La *Promotora* pasaba a servir también como lugar donde las discrepancias por la dirección de la campaña se hacían públicas y muchas veces, en su cotidianidad, sobresalían más los desórdenes y los desencuentros que los acuerdos y consensos. A medida que fue pasando el tiempo, los candidatos tuvieron que hacerse presentes (en mayor medida) para mediar en las disputas, o enviar a sus colaboradores más cercanos para hacerlo. Y esta situación implicó que si un militante quería encontrar a los candidatos, a sus colaboradores más cercanos –los que coordinaban la campaña- o a los encargados de la parte asistencial, tenía que pasar por el local de la *Promotora*.

¿TRABAJO TÉCNICO O TRABAJO POLÍTICO?

En la reunión en la cual se organizaron los *equipos técnicos*, el candidato a intendente había nombrado como responsable de los mismos a la candidata a primer concejal pero a la semana de la inauguración de la *Promotora*, propuso que al *frente* quedara el que sería el secretario de gobierno en caso de ganar la elección, (todo) con el objetivo de *dinamizar* el trabajo de los equipos. La propuesta fue discutida por la candidata y se concluyó en que el futuro secretario sólo la *ayudaría* ya que ella podía verse desbordada en su doble condición de candidata y de organizadora. Así que finalmente quedó como la responsable “visible” de la organización.

Fue ella la que confeccionó el cronograma para todos los equipos: un día y hora de reunión semanal, para cada uno, en el local de la *Promotora*. En el diagramación original la idea era que cada equipo se haría cargo de un subtema, con un responsable o encargado quien convocaría a las reuniones, las coordinaría y elevaría los resultados al coordinador del área. Este a su vez, elevaría las propuestas a la candidata a primer concejal quien a su vez se las pasaría a los otros candidatos. Serían estos los que, en última instancia decidirían qué propuestas serían incluidas en la plataforma electoral, cuáles serían guardadas como herramientas para el futuro gobierno municipal y en fin, qué cuestiones utilizarían en sus discursos.

El trabajo de los equipos no terminaba con las reuniones en la *Promotora*. Los que trabajaban en cada equipo debían –en la mayoría de los casos- *caminar la ciudad* a fin de relevar o detectar los problemas, las necesidades, correspondientes a cada uno de los subtemas. Por ejemplo, en el caso de los relacionados con las *obras públicas* los equipos técnicos realizaron un relevamiento sobre los problemas de la ciudad –pavimento, luz, servicios- y los resultados fueron presentados al que sería el secretario de Obras Públicas. Además, cada equipo podía proponer *charlas técnicas*, es decir, convocar a un *experto* que hablara sobre un tema particular; *charlas* que tendrían la misma dinámica que la dada en la inauguración de la *Promotora* (se darían en ese lugar y se invitaría a todos los interesados, *principalmente a los independientes*). Pero en la práctica, esta organización no funcionó. No todos los equipos se reunieron, algunos lo hicieron al principio pero luego dejaron de hacerlo. En algunos casos los subtemas se fusionaron, en otros se subdividieron y en otros se superpusieron. La dinámica del trabajo de los equipos técnicos se desplegó a partir de las características de aquellos que los conformaban.

Así, lejos de captar la adhesión y participación del *independiente*, a medida que se acercaban las elecciones, eran sólo los *militantes* quienes participaban. La superposición del trabajo técnico –sin identidad partidaria- con el trabajo políti-

co —el convencer a los votantes a que voten los candidatos del partido— se hizo evidente. Los militantes recorrían su barrio por la mañana a fin de detectar las necesidades y a la tarde lo volvían a recorrer repartiendo propaganda política.

Respecto a los coordinadores de cada área, inicialmente no eran candidatos —salvo la coordinadora general, la candidata a primer concejal— sino personas a las cuales se les reconocía una capacidad específica: técnica. Pero con el tiempo, se fueron haciendo cargo de ellas quienes ocuparían un puesto en el municipio. Esta definición anticipada por parte del candidato a intendente, de quiénes serían sus colaboradores cuando llegara al municipio, no ocurrió sin disputas y conflictos. En cada área, los coordinadores “puestos” por el candidato a intendente fueron resistidos por aquellos que, habiendo trabajado en los equipos técnicos, aspiraban a ocupar algún cargo en el futuro gobierno municipal. El conflicto se produjo también, entre los que serían los futuros secretarios ya que la división en áreas se correspondía relativamente con la división de las funciones de cada secretaría, y cada futuro secretario luchaba por incluir dentro de su área temas que originariamente estaban incluidos en otras. Esta disputas estaban en la base de las separaciones, las divisiones, las superposiciones entre las áreas originalmente establecidas.

Así, el área Institucional se dividió en dos: una con los temas que le corresponderían al secretario de obras públicas —recuperación y desarrollo, obras públicas, espacios verdes, servicios, urbanismo— y otra con lo que le correspondería al área del secretario de gobierno: organización, presupuesto, seguridad. Como el que sería el secretario de obras públicas no vivía en la ciudad le fue asignado un “secretario”, uno de los candidatos a concejales que había ocupado ese cargo con anterioridad. Pero éste, excusándose en la cantidad de actividades que tenía que realizar como candidato, nunca se reunió con los equipos técnicos y el trabajo efectivo estuvo a cargo de *militantes* (que hicieron el relevamiento de cómo se encontraba la ciudad). El resultado fue elevado al que sería el secretario de obras y servicios públicos, quien se encargó de proponer qué temas debían incluirse en la plataforma de gobierno. En el caso de quien sería el secretario de gobierno, como había ocupado el cargo con anterioridad no consideró necesario hacer reuniones para discutir sobre los temas ya que él tenía las ideas principales para la acción de gobierno en su área; las pocas reuniones que llevó a cabo con los equipos técnicos fueron de *militantes, para militar*.

El área de Desarrollo, al no corresponderse con una secretaría municipal, fue objeto de disputa por parte de los tres futuros secretarios, quienes lograron incluir en sus áreas respectivas algunos de los subtemas correspondientes a ella. Así, el área que inicialmente tenía siete subtemas quedó reducida a tres (*Integra-*

ción al Mercosur, Área Industrial e Integración del agro con el municipio). Los coordinadores del área fueron dos personas extrapartidarias que no vivían en la ciudad, y las pocas reuniones que se hicieron no fueron en la *Promotora* sino en la casa del candidato a intendente, invitando a muy pocas personas. No obstante, el peso que tuvo esa temática en la plataforma de gobierno y en los discursos de los candidatos fue mayor que el de las otras áreas.

A diferencia del anterior, el área *Social* se correspondía con la secretaría de Acción Social por lo tanto su coordinador terminó siendo aquel que se haría cargo de la secretaría. Esta persona tampoco disponía de mucho tiempo para trabajar con los equipos ya que además de *militar* era el encargado de administrar los fondos de la campaña. Pero el problema en este caso fue que varias de las personas anotadas en la lista inicial no estaban de acuerdo con el "nombramiento" del secretario. Así es que algunos de los equipos se desdoblaron en dos y se reunieron por separado: uno a cargo del futuro secretario y otros a cargo de aquellos que estaban disconformes. Sobre cada subtema se elevaron dos propuestas distintas y los candidatos tuvieron que decidir entre ellas. Tomar la decisión era también tomar partido en la disputa; así fue como en la plataforma no figuró como área específica y algunos de los subtemas se incluyeron en otras áreas (por ejemplo el subtema salud se incorporó al de Infraestructura, Planeamiento Urbano, Obras y Servicios Públicos). En definitiva, la elaboración final de los puntos de la plataforma quedó en manos de aquellos que supuestamente serían los responsables del área si se ganaba la elección o de aquellos que forman parte del *equipo de propaganda* (el que nunca fuera considerado como *técnico* pero que estaba formado por militantes y extrapartidarios que cobraban por su trabajo).

A pesar del uso que los candidatos hacían del trabajo de los equipos técnicos –por ejemplo, en sus discursos– y medida que se acercaba la fecha de la elección, las reuniones de los equipos se fueron haciendo más y más espaciadas. Pero lo que sin duda fue un indicador de que el objetivo principal de su creación no se estaba cumpliendo fue la disminución de los participantes independientes en las sucesivas charlas técnicas.

Algunos equipos lograron materializar su propuesta y se invitaron como expositores a "expertos" extralocales y, como participantes, a todos los que suponían podían estar interesados en el tema. La invitación, que llevaba el adjetivo *especial*, iba firmada por el candidato a intendente y eran repartidas en "mano" por los militantes. Las lista de invitados las confeccionaban los candidatos junto con los colaboradores del equipo de publicidad. Estas *charlas* –en el local de la *Promotora*– fueron organizadas siguiendo el modelo de la *inaugural*: la apertura

por parte del locutor anunciando las “autoridades” presentes, la introducción al tema y la caracterización por parte del candidato a intendente del o de los disertantes, una ronda de preguntas y el cierre a cargo, nuevamente, del candidato a intendente.¹² Se pensaba reeditar el éxito en público que había tenido la primera e incluso que la superarían.

A principios de julio se hizo la segunda charla técnica: sobre *Turismo*. Se *trajo* a un experto de afuera, pariente de la candidata a primer concejal. En ella hubo muy poca gente, comparada con la inauguración pero asistieron un porcentaje importante de no partidarios. La tercera fue a fines de agosto, sobre el *Parque Industrial*. Estuvo a cargo de tres expositores, uno de ellos era uno de los “encargados” del equipo técnico. Y si bien asistió más gente que en la charla anterior se notaba un porcentaje menor de no partidarios. La cuarta y última *charla* fue a principios de octubre. El tema: *Municipios y Mercosur*. Hubo un solo expositor. La ausencia de los no partidarios fue notable pero el local se terminó llenando minutos antes que el expositor comenzara a hablar. Al finalizar, alguien comentó que hubo que salir a llamar a *los militantes llenar el espacio*. Incluso el candidato a intendente hizo el siguiente comentario –privadamente–: *vino menos gente... y si no hubiera sido campaña hubiera venido menos... pero yo lo quise así, lo traje* (al experto) *por la campaña*. De hecho, la desconcentración de la gente fue también distinta que en las charlas anteriores. En estas los asistentes se quedaban conversando en grupo con los candidatos o con el disertante, en la última la mayoría de la gente salió del local muy rápidamente. El motivo: al día siguiente estaba programada la caravana de cierre de los candidatos a gobernador y vice, y los *militantes* eran los encargados de organizarla. Esa tarea se realizaba en el local del partido.

EPÍLOGO I: EL RESULTADO DE UNA ENCUESTA

Faltando 16 días para las elecciones generales, comenzaron rumores sobre que las encuestas realizadas por los medios de comunicación o encargadas desde la provincia, estaban dando un empate entre los candidatos locales del Justicialismo y de la Alianza. Para verificarlo, los candidatos encargaron una encuesta propia, diseñada por quien sería el secretario de gobierno.

El mismo día que se implementó la encuesta, se convocó a una *reunión de militantes* en el local de la *Promotora*. Había mucha expectativa en los presentes ya que los que conocían los rumores presuponían que en la reunión se hablaría de un *cambio de rumbo en la campaña*. Lejos de eso la reunión fue meramente informa-

tiva: recordar los aspectos formales que había que tener en cuenta el día de la elección. Ninguno de los candidatos se hizo presente y la coordinación de la reunión estuvo en manos de la *apoderada* del partido, quien se limitó a leer punto por punto el código electoral. Paralelamente, en la casa de la candidata a primer concejal se estaba terminando de tabular los resultados, que arrojaban un empate en toda la ciudad. En la zona del *centro* de la ciudad —donde la Alianza estaba “históricamente” mejor posicionada y donde se suponía que estaban los votantes independientes— la situación seguía igual que al comienzo de la campaña: el peronismo perdía. Pero también perdía en algunos de los barrios, la parte de la ciudad que siempre había arrojado un caudal de votos favorable al justicialismo.

Al día siguiente se reunieron los candidatos y sus colaboradores para discutir las causas de los resultados. Dentro de la diversidad de respuestas concordaron en que el problema estaba en la *militancia*. Los militantes no solo tenían problemas entre ellos y con los candidatos, sino que la gente que tenía que salir a *militar* no lo estaba haciendo, principalmente los militantes de *más peso*. Acordaron una reunión para reorganizarlos pero sin decirles la verdad del resultado. La *militancia* fue convocada —por segunda vez, en lo que iba de la campaña— a una reunión en la *Promotora*.

Esta reunión la presidió el candidato a intendente acompañado por el que sería secretario de gobierno si se ganaba la elección. Ambos —sentados en la misma mesa utilizada para la inauguración y ante un auditorio nuevamente colmado pero esta vez con todos *militantes*— fueron los que se encargaron de explicar el motivo de la convocatoria. El futuro secretario comenzó diciendo que la reunión era para que *a dos semanas del día 24, no se nos escape absolutamente ningún detalle, para tener todas las prevenciones*, e hizo un diagnóstico de la situación: el peronismo estaba muy bien posicionado porque tenía *un candidato con propuestas, con un montón de compañeros que han trabajado para que esas propuestas fueran conocidas, tanto en las reuniones de trabajo como en las unidades básicas y aunque estamos ganando —porque lo percibimos todos, lo perciben ustedes, nos lo dice la gente; hemos hecho una encuesta, estamos ganando en los barrios, estamos empatando en el centro— nos preocupan dos problemas, y cuando nosotros tenemos una preocupación, venimos y la conversamos en este ámbito, con los compañeros, porque si la conversamos acá, de acá vamos a sacar las soluciones para romper las cosas que nos preocupan*. Los dos problemas preocupantes eran el “efecto arrastre” desde el ámbito nacional —dado el apoyo de los medios de comunicación a la Alianza— y su estrategia local de campaña de apuntar sistemáticamente contra la lista de concejales justicialistas. Ante esto, su propuesta fue: *resistir desde el laburo, el compromiso, la militancia y la*

organización, nos tenemos que matar en cada uno de los barrios de la ciudad. Sin embargo agregó lo que sería leído por los presentes como el problema real: ahora yo digo, que como sabemos que tenemos todo esto -propuestas, candidatos, ideas obras, proyectos- estamos como muy tranquilos, estamos como sin tomar toda la responsabilidad.

El diagnóstico del “futuro” secretario de gobierno fue, de modo más suave, confirmado en el subsiguiente discurso del candidato a intendente. El problema estaba en que *por tener proyectos y estar ganando, la militancia se había cruzado de brazos. A mí me parece que era mejor cuando no teníamos obras, cuando no sabíamos que iba a pasar. Porque resulta que el hecho que nos den como ganador, en vez de incentivarnos y motivarnos, implica cruzarnos de brazos.* El resto de ambos discursos –al que le destinaron mayor tiempo- estuvo dedicado a recordar cuál era el objetivo del trabajo del militante –obtener el voto para triunfar en las elecciones- y el modo en que ese trabajo se debía realizar. En definitiva, en casi una hora y media, se resumieron las características de un *militante peronista.*

El “aleccionamiento” del militante se hizo en estos términos: es alguien que tiene que *pelear el voto mano a mano, no aflojar absolutamente nada, realizar un combate cuerpo a cuerpo, comprometerse de modo personal, militante. Un compromiso de sangre, así, de sangre.* Es alguien que debe estar dispuesto a *poner su tiempo (no más que dos, tres horas por día), su sacrificio, su fuerza, a recorrer la ciudad para que no nos quede absolutamente nada afuera, ni una casa, ni una manzana, ni un compañero, ni un vecino.* El militante peronista es un *predicador, son los que llevan la palabra, tiene que trabajar visitando a la gente como hay que visitarla: una cosa era llevarle un papel de los nuestros, un folleto, lo que sea, podríamos contratar 10 personas tipo correo (...), dejarles un papel y seguir a la otra casa, eso no es peronismo. Es entrar, es entrar y plantearle lo que nosotros pensamos, es charlarlo ... eso es militar.*

Y en consonancia con los resultados prácticos de esta “manera de ser”, el trabajo del militante consiste en visitar a la gente de modo organizado: *desde cada unidad básica se toma el barrio, cada uno asume una parte, y la gente empieza a caminar y entra en la casa y empiezan a convencerlos, empiezan a charlar con ellos y si no pueden entrar, buscan a otros que si puedan entrar, y eso se hace por una.* Luego está la instancia de evaluación: *evalúen cuando se reúnan a la tarde, a la noche, después de trabajar, evalúen realmente cómo les fue, y si (...) por los nombres de la gente, de fulano, de mengano, de cada uno, de la familia, de cómo los votan y (...) porque no los votan.* El rol del militante consiste en constituirse en una *resistencia a un aparato –el partido contrario- que van a vulnerar; y de que se asuma con toda responsabilidad ese rol y de honrar el rol y el papel de un militante, dependerá el triunfo y el margen del triunfo.*

A efectos de que no quedasen dudas que ese -y que de esa manera- era el trabajo del militante se apeló a sus raíces: *así, así hemos ganado las elecciones nosotros, así, con trabajo, por eso rescatamos la figura del militante. Por eso nosotros decimos siempre; es más, el 17 de Octubre es el día de la lealtad y también el de la militancia*,¹³ *por eso que realmente el peronismo desde siempre, desde su historia, pudo resistir a tantas cosas que ningún otro movimiento. Perón estaba en España, y los compañeros acá fueron los que vinieron levantando la doctrina, militando hasta que Perón volvió y pudo ser gobierno nuevamente, los militantes. Yo espero (...), yo espero, el peronismo depende, esto es así, cada uno que sepa que, nosotros somos siempre la suma del trabajo de los compañeros. (...)*. Este era un momento en el cual se debía luchar -como en otros- ya que las elecciones eran *como una pelea, es como una guerra; hubo generales que tenían el mejor ejército de la historia, con el mejor armamento y con mayores hombres, y con estrategia política, estrategia de guerra. Perón casualmente hablaba de eso, lo primero que escribió, que era coronel, escribió casualmente de eso, y tomaba ejemplos de distintos generales en la historia, desde los Napoleón (...)* entonces, *si yo soy el general, ustedes: son la infantería, salgan y peleen, trabajen coordinadamente, y entonces si, vamos a ganar por los 2000 votos que quiero que ganemos. Ese es el desafío de todos nosotros.*

EPÍLOGO II: LA MILITANCIA

Desde el punto de vista de los protagonistas -tanto candidatos como militantes- la propuesta de innovación fue un intento para *captar el voto independiente*, mientras que la vuelta a la forma tradicional de militar se hizo *porque se perdía en los barrios*, espacio en el cual el justicialismo contaba con la mayoría de los votos. Estas repuestas implican ciertas relaciones -percepciones- que los protagonistas tienen de los votantes. En primer lugar, se plantea una diferenciación en el supuesto universo homogéneo de los votantes: habría un voto/votante *independiente* y otro no independiente o, en categorías nativas: *peronista*, el que vota al partido más allá de cuál sea el *proyecto* e incluso los candidatos. En segundo lugar, esa diferenciación -entre dos tipos de votantes- se corresponde, a nivel *local*, con una distinción espacial. Es decir, se relaciona a esos dos tipos de votantes con el espacio físico en el cual esos votantes residen: en el *centro*, los *independientes*; en los *barrios*, los *cautivos*. Esta distinción espacial es utilizada, además, para distinguir dos sectores, clases o "capas" sociales: *los del centro, los de los barrios*¹⁴, y pesa más que la distinción espacial; y a ella subyace una distinción política: los del

centro, votan *tradicionalmente* al *radicalismo* –en este caso a la *Alianza-* y *los de los barrios*, votan al *justicialismo*. Estas correspondencias implican que, en términos “nativos”, la categoría *independiente* no signifique “el votante que no está afiliado a un partido” (por oposición al llamado “voto cautivo”) sino el “*no peronista*”.

Por lo tanto, para los protagonistas, captar el *voto independiente* significaba captar el voto del votante *no peronista*, el del *centro*, el que nunca habría votado al peronismo. De ahí la estrategia de “duplicar” la campaña, duplicando el espacio (al *Partido* se le sumó la *Promotora*), los rituales (realización de actos partidarios y de *charlas técnicas*) y el trabajo político (al trabajo del militante del partido se le sumó el de *los equipos técnicos*). Dos campañas que sólo tendrían en común: el *proyecto* y los *candidatos* que lo harían realidad.

Era necesario entonces introducir en la campaña, elementos que no tuvieran una identidad netamente partidaria pero que al mismo tiempo permitieran *obtener* ese voto: otro lugar –la *promotora*–, otro tipo de convocatoria –las *charlas técnicas*– y otro tipo de *militante*, el de los *equipos técnicos*.

Con esto no sólo se intentó captar el voto independiente sino, también, el compromiso del independiente con un “proyecto” y con los hombres capaces de llevarlo a cabo. Ese compromiso se lograría sí se desvinculaba al “*Partido*” del proyecto y si además, los independientes no sólo adherían¹⁵ sino que sentían que había contribuido, participado, en su elaboración. Uno de los aspectos de la estrategia consistía, originariamente, en captar al independiente no solo como votante sino también como militante, un militante despojado de su identidad partidaria que propagara el *proyecto*. Es decir, se pretendía un militante distinto del aquel que se identifica con el partido. La propuesta de los *equipos técnicos* –y del nuevo militante– apelaba a obtener la adhesión del votante vía un interés más allá de la identidad partidaria. En este sentido el trabajo del *equipo técnico* se pensó como algo más cercano a una lógica “racional” en función de las necesidades concretas de la ciudad y las acciones que todo gobierno debía seguir en consecuencia. Se apelaba a un militante que se presentara despojado de su identidad partidaria a fin de captar de manera unívoca a un votante también despojado de su identidad partidaria o al menos que se lo suponía como anteponiendo otros intereses al de un partido.

No obstante esto no se logró. La “duplicidad” se terminó de concretar a nivel de los locales, de los actos y de los tipos de discursos (uno a cargo de los candidatos y otro de los técnicos). Pero no hubo dos tipos de *militantes*, fueron los *militantes* del partido¹⁶ quienes terminaron haciéndose cargo de los dos tipos de actividad, la política y la técnica. Estos, por su parte, aceptaron la innovación

porque era parte de un *proyecto* al cual adherían. No obstante, como ellos mismos se encargaban de aclarar: la aceptación y la adhesión al proyecto era un reflejo de su adhesión al líder (al cual llaman por su nombre de pila), estaban de acuerdo tanto con el proyecto como con el nuevo modo de hacer campaña porque habían sido propuestos por el *líder*, más que el proyecto de la “formula” o del partido.

Para captar el voto del independiente, el militante debía apelar a determinados intereses frente a él —como poblador de la ciudad, como empresario o trabajador, como padre de familia, etc.- capaces de ser enfatizados más directamente como compartidos y dejar de lado lo específico del trabajo del militante del partido que consistía, fundamentalmente, en buscar la adhesión vía la identidad con el partido, convocando al votante a votar una idea, un valor, un candidato en función de un partido y en función de una relación —la mayoría de las veces personal- que lo vincula con el votante. En la base de esa relación está implícita la “pasión” de la pertenencia partidaria del militante.¹⁷

Pero no todos los militantes se sintieron *capaces* de militar de la nueva forma propuesta, con éxito. Como lo dijo uno de ellos en la reunión, de modo muy dramático:¹⁸ *no todas las personas tenemos la misma forma de convocatoria, hay veces que uno no llega, no tiene... el intérprete no tiene la voz suficiente*. Esto significaba tanto explicar *-bajar-* el *proyecto* como entrar a “ciertas” casas. En efecto, sólo 8 o 10 *militantes* entre todos los que participaron de los equipos técnicos, se animaban a entrar a *ciertas casas del centro*.

En definitiva, la “novedad”, los *equipos técnicos* y la *Promotora* como espacio introdujeron un nuevo “estilo” que sin embargo no sustituyó al anterior.¹⁹ Esto se debió, en parte, a que estaba claramente anclado en el modo tradicional —y agregaríamos: local- del trabajo y del hacer políticos. Y en parte a que esta virtual dependencia finalmente devino en una particular confusión de espacios, trabajos y actos que lejos de constituirse en una nuevo proselitismo capaz de lograr una nueva —forma de- adhesión, se superpuso al anterior ahondando los conflictos existentes en toda campaña política y, en algunos casos, introduciendo nuevos.

NOTAS

¹ La información en la cual nos basamos fue obtenida en un trabajo de campo realizado en una ciudad de 30.000 habitantes en una provincia argentina, durante los meses de mayo a octubre de 1999. En ese contexto se relevó la campaña electoral que el Partido Justicialista local, es decir, el de la ciudad, llevó a cabo con vistas a las elecciones generales del mes de octubre de ese año.

² Utilizamos la letra cursiva para los términos que usaron nuestros informantes.

³ Si bien no desconocemos “la diversidad de concepciones de poder y política en juego en el fenómeno electoral” (Palmeira y Goldman, 1995) nos referimos a un “clima” construido por el accionar de los partidos políticos, por la participación de la gente y por la propagación de ese clima por parte de los medios de comunicación.

⁴ Faltaba en ese momento resolver el tema de las candidaturas a presidente y vicepresidente de la nación.

⁵ En el contexto del peronismo local, entienden por *militante* aquel *compañero* o afiliado que hace el trabajo político.

⁶ Este hombre es un simpatizante peronista y terminó siendo el jefe de prensa de campaña.

⁷ En el contexto de estas elecciones, tanto la Alianza como el PJ habían realizado elecciones internas “abiertas”.

⁸ La comparación surgió de los mismos participantes.

⁹ En este sentido, durante un acto realizado posteriormente, en el mes de octubre, uno de los candidatos dijo en su discurso: *no hay acto peronista sin chicos y mamados*.

¹⁰ Esto fue analizado en Boivin, et.al. 1998.

¹¹ Esto surge de las conversaciones con militantes y candidatos, y de la realización de observaciones durante momentos en que se evidenciaron tales desavenencias.

¹² Desde la segunda charla la diferencia respecto a la primera radicó en que en que el clima no fue tan solemne como en la inauguración y que, al finalizar, no se sirvió “un refrigerio”.

¹³ El día de la militancia peronista se celebra el 17 de noviembre, día (1972) en que Perón pudo retornar al país.

¹⁴ La connotación que implican estos términos varía en función de los contextos en los cuales son aplicados. No obstante remiten siempre a oposiciones de este tipo: ricos/pobres, soberbios/humildes, clases altas/clases bajas, los que tienen/los que no tienen, etc.

¹⁵ Para la diferencia entre adhesión y elección, ver Palmeira y Goldman, (1996).

¹⁶ No todos los militantes del partido trabajaron en la campaña. Algunos se limitaron a no trabajar (básicamente porque estaban en desacuerdo o desconfiaban del líder, aún cuando reconocían que el “proyecto” los representaba) y otros trabajaron para la *Alianza*.

¹⁷ La distinción entre los dos tipos de trabajo –el militante del partido y los equipos técnicos- es semejante a la diferenciación que hace Weber entre vocación y profesión: expertos de la lucha electoral y de la práctica correspondiente vs. la preparación profesional y la especialización, técnica y racional (1992:1073).

¹⁸ Fue el primer militante que habló en la reunión que describimos anteriormente. Cuando dijo esta frase, el candidato a intendente lo interrumpió y aclaró: *Pero no! Ustedes tienen la capacidad suficiente para bajar el mensaje nuestro, no es para entendidos el mensaje nuestro, es para todos.*

¹⁹ Hay análisis reciente sobre la militancia peronista, como por ejemplo los de Martuccelli y Svampa, que justamente enfatizan el hecho de que se está produciendo, en el peronismo una sustitución de un tipo de militante por otro. Así, siguiendo el trabajo de Manin (1996:279-302) quien analiza los cambios que se están llevando a cabo en las democracias europeas respecto de la representación, estos autores sostienen que en la década del '90, predominó el militante “prágmático” –“experto” o “profesional”- sobre el “revolucionario” (1997:147-152).

BIBLIOGRAFÍA

- Boivin, Mauricio; Rosato, Ana y Fernando Balbi (1998) "*Frasquito de anchoas, diez mil kilómetros de desierto,...y después conversamos*: etnografía de una traición". Presentado para su publicación en: *MANA. Estudios de Antropología Social*.
- Manin, Bernard (1996) *Principes du gouvernement représentatif*. Flammarion, Paris.
- Martuccelli, Danilo y Maristella Svampa (1997) *La plaza vacía*. Losada, Buenos Aires.
- Palmeira Moacir y Marcio Goldman (1996) *Antropologia, voto e representação política*. Río de Janeiro, Ed. Contratapa.
- Rosato, Ana (2000) "Líderes y candidatos: las elecciones "internas" en un partido político. Ponencia presentada al *VI Congreso Argentino de Antropología Social*, Mar del Plata.
- Weber, Max (1992) *Economía y Sociedad*. México, Fondo de Cultura Económica.