

Las Relaciones Entre Líderes y Militantes Dentro de los Actuales Partidos Políticos Peruanos¹

Juan Carlos González Ciudad²

Pontificia Universidad Católica del Perú (Perú)

RESUMEN

A pesar de su debilidad e improvisación, los partidos políticos en el Perú son los principales actores en los procesos electorales. Sin embargo, la literatura sobre las mismas sigue siendo escasa, específicamente respecto a las motivaciones de sus militantes y su papel como fuente de cohesión y mayor permanencia en la arena política. Este trabajo postula una aproximación alternativa a partir de algunos partidos políticos que han mostrado dinámicas internas y características que han facilitado el compromiso y cohesión de sus militantes.

PALABRAS CLAVE

Partidos políticos; militantes; cohesión

Relationships Between Leaders and Members Within Current Peruvian Political Parties

ABSTRACT

Despite their weaknesses and improvisation, political parties in Peru are the primary actors in electoral processes. Notwithstanding, the literature on political parties remains limited, specifically

¹ Trabajo basado en la tesis para optar el título de Licenciado en Ciencia Política que presenta el autor.

² Bachiller en Ciencias Políticas. E-mail: jcgjuan@gmail.com

González Ciudad, J.C. (2013). Las Relaciones Entre Líderes y Militantes Dentro de los Actuales Partidos Políticos Peruanos. *Sinergia e Innovación*, 1(2), 102-113.

Fecha de recepción: 08/11/13

Fecha de aceptación: 18/11/13

with regards to the motivations of their members and their role as a source of cohesion and permanence in the political arena. This paper posits an alternative approach based upon political parties that have shown internal dynamics and characteristics that have facilitated commitment and cohesion among their members.

KEYWORDS

Political parties; members; cohesion

Introducción

A pesar de la debilidad e improvisación de la gran mayoría de los partidos políticos en el Perú y de la todavía escasa institucionalización del sistema de partidos, los partidos políticos en nuestro país son los principales actores en los procesos electorales, convirtiéndose en gobierno por cada periodo. Contra todo pronóstico, algunos de ellos han logrado mantenerse en el tiempo, contar con un grupo de simpatizantes y militantes que los apoyen para siguientes elecciones.

La literatura sobre este nuevo tipo de actores y organizaciones no institucionalizadas, los cuales siguen triunfando en cada elección presidencial, continúa siendo escasa. Desechar su estudio debido a su desprestigio y a su débil condición organizativa no parecería lo más indicado. Por lo tanto, es necesario profundizar en sus dinámicas internas para entender mejor, por ejemplo, que otras motivaciones, sin negar el beneficio económico, mantienen a sus militantes con algún nivel de compromiso por pequeño que sea.

De cara a esta situación, este trabajo postula que algunos partidos han mostrado algunas características que han facilitado cierta cohesión y compromiso por parte de los militantes que, a su vez, ha hecho posible un mayor grado de estabilidad o permanencia en la arena política. Si bien no podemos hablar de institucionalización, se puede argüir que del 2001 a la fecha existen algunas nuevas dinámicas internas que favorecen cierto nivel de compromiso en ciertos partidos.

Este artículo busca ofrecer una aproximación alternativa para permanecer en los partidos, la cual también contemple elementos subjetivos como factores relevantes, sin dejar de lado el impacto del beneficio económico y la cercanía con el líder.

Debido a que la conformación u organización interna de los partidos es un tema amplio, este trabajo se enfoca específicamente en un tema puntual: los incentivos de líderes y militantes para permanecer en ellos.

Dos estrategias de los partidos políticos

Los partidos según la teoría clásica

Dentro del análisis de la evolución de los partidos políticos, la bibliografía clásica muestra la manera como estos se han ido desarrollando, pasando de clubes pequeños de discusión política y toma de decisiones a competir con los partidos de masa, perfeccionando conforme pasó el tiempo

su retórica para captar a mayores militantes, abriéndose a un público más extenso y con demandas cada vez más heterogéneas.

La llegada de los medios de comunicación masivos, la inserción de nuevas clases sociales a la capital y la crisis del sistema de partidos en nuestro país ha configurado organizaciones que buscan obtener el poder bajo nuevas estrategias. La profesionalización de los partidos ha provocado en años recientes una mayor personalización de los mismos, lo que nos permiten evidenciar la crisis del sistema de partidos desde la década de los noventa para Latinoamérica. Así pues, las campañas solo de candidatos y no del partido, o la creación de organizaciones meramente electorales, son claros ejemplos de esta crisis. En estos nuevos espacios, la duración de vida de los partidos políticos disminuye grandemente y su debilidad hace peligrar luego de cada elección perdida su sobrevivencia en la arena electoral.

De esta manera, haber perdido al pensamiento ideológico y la identidad partidaria como elementos estratégicos para las elecciones ha afectado en gran parte a la estructura interna de los partidos políticos, ya que estos elementos han servido de instrumento cohesionador durante todo el siglo veinte a las grandes masas que deseaban movilizarse y organizarse.

Según la literatura clásica, tenemos tres maneras de dividir a los miembros de los partidos políticos: la primera, según Weber (refiriéndose a los partidos europeos de comienzos del siglo veinte), es que existen los miembros activos, los cuales son importantes para la conformación de un partido porque tienen una función aclaratoria y ocasionalmente un peso político mayor. Según el autor, se representa a los miembros activos como "...instancias de control, de amonestación, de discusión o de reorganización en caso transformaciones rápidas..." (Weber, 1922, p. 229). De ahí que su función sea importante para las bases del partido; ellos terminan movilizándolo a los simpatizantes, se vuelven los activistas.

La segunda manera, según Duverger, es diferenciar entre afiliados (los distintos militantes de un partido son la mayoría dentro de este) y los activistas (son la minoría dentro de un partido y, tal como dijo Weber, movilizan a las masas). Según Duverger, el activismo es importante gracias a su grado de formalización de la actividad ciudadana dentro de un partido, ya que son signos de lealtad partidaria y aceptación de sus ideas. Además, establece una diferencia que refuerza la simple identificación del partido y acredita el compromiso de acatar su disciplina. Les da obligaciones económicas para con el partido, lo que se vuelve base de financiamiento organizacional. Estos militantes "...se consideran miembros del partido, elementos de su

comunidad; aseguran su organización y su funcionamiento: desarrollan su propaganda y su actividad general” (Duverger, 1957, p. 120).

La tercera manera, según Panebianco, es que dentro de los miembros de la organización tenemos a los creyentes (adherentes con convicciones, demandas más simbólicas que materiales) y arribistas (oportunistas, que no solo se relaciona con el beneficio económico, sino que ingresan en torno a la búsqueda de posibilidades del propio beneficio). Según el autor, los primeros contribuyen a la cohesión ya que son “...los que se hallan más ligados a la lucha por la consecución de los fines oficiales...los que impiden a los partidos ser hasta sus últimas consecuencias esos animales oportunistas descritos por Downs, prontos a moverse de izquierda a derecha y de derecha a izquierda por un puñado de votos...” (Panebianco, 1990, p. 72).

Recapitulando, se resume la línea argumentativa de las tres maneras de separar a los militantes en que se puede separar un grupo minoritario de los demás participantes de un partido político. Este grupo minoritario tiene como función financiar las actividades partidarias, movilizar a los demás militantes y alimentar una identificación que refuerce el compromiso partidario. Este grupo es el cimiento para establecer una línea ideológica clara con la cual poder distinguirse hacia fuera y fortalecerse hacia dentro controlando y marcando los límites para los demás militantes.

Los partidos latinoamericanos

Para los autores contemporáneos, los partidos actuales han sufrido un gran cambio de estrategia debido a la influencia de factores externos como los medios de comunicación, la globalización, el incremento poblacional, demandas más extensas y los nuevos intereses económicos de los grupos empresariales. Como consecuencia, ha comenzado un debilitamiento de la ideología y la democracia interna como factores fundamentales para ascenso a puestos partidarios.

La literatura actual reconoce la necesidad de retomar dichos elementos para mejorar las democracias “sin partidos” de Latinoamérica. De esta manera, los trabajos revisados brindan una fotografía actual del escenario político de la región y coinciden que la ideología y la posibilidad de carrera política son fundamentales para el mejoramiento del sistema de partidos políticos de nuestros países. Según Jimenez Borra (2009), la ideología es indispensable para el fortalecimiento de los partidos políticos. El autor menciona que “este conjunto de ideas coordinadas en una misma dirección emiten una propia cosmovisión de las cosas para los partidarios” (2009, p. 44). Por tanto, para el autor, estas ideas deben guardar coherencia entre ellas. Se puede asumir, entonces, que los partidarios gozarían de un mismo discurso sobre el nacimiento, la misión y los objetivos del partido que representan.

Por su parte, en el trabajo de Townsend (Townsend Diez Canseco, 2004, p. 192) se hace una crítica al excesivo centralismo y la extendida ausencia de normas y prácticas de democracia interna, que se ponen de manifiesto en la vida diaria de los partidos y a la hora de elegir dirigentes y candidatos. Asimismo, la concentración en estructuras exclusivamente territoriales que se alejan de las problemáticas y los intereses sectoriales y la informalidad y la falta de cohesión conllevan a menudo a que la competencia política se reduzca a la confrontación entre liderazgos individuales; en desmedro de la solidez y renovación de las organizaciones políticas.

Por último, es necesario ver algunos puntos relacionados al personalismo político. Utilizando a la volatilidad partidaria, no para entender la relación partido-elector sino para ver las posibilidades reales de interés por ser afiliado a un partido político tenemos que, según el trabajo de Alcántara Saez y García Diez sobre Latinoamérica (2008, p. 5-18), en las nuevas democracias, el nivel de volatilidad electoral es mucho mayor por lo que el origen de una sociedad apolítica conlleva a que los ciudadanos estén menos vinculados a los partidos de lo que estuvieron en generaciones anteriores. Por su parte, las elites tienen menos incentivos para invertir en la construcción de organizaciones partidistas desde el momento en que es posible ganar la elección apoyándose en los medios de comunicación y en las nuevas formas de campaña electoral. Estos factores deben tomarse en cuenta a la hora de buscar explicaciones sobre la falta de militancia e interés en la política. La consecuencia de estos factores es que se utiliza figuras personalistas en vez de conciencia colectiva dentro de los partidos. Los nuevos candidatos políticos absorben toda la atención de los medios, volviéndose la imagen principal de la máquina electoral.

Si bien la teoría actual de partidos señala fuertemente los defectos de estos, reconoce que ellos continúan siendo el mayor instrumento para el gobierno democrático. Los partidos políticos son organizaciones complejas; evaluarlos se hace difícil al igual que demostrar empíricamente su decadencia en términos históricos. Si bien se ha mencionado las dificultades que puede tener un partido político para crear una identidad partidaria, así como para fortalecer los lazos y compromisos de sus militantes, es necesario revisar nuevas aproximaciones para analizar cómo los partidos débiles y personalistas logran continuar en la arena política.

Una nueva mirada

Evaluando nuevas miradas de la ideología, podemos citar dos trabajos que ayudan a entender el problema de las asociaciones del siglo veinte para mantener a sus participantes dentro de sus filas. El primer trabajo es el de Huntington *¿Quiénes Somos?* (2004), donde muestra como la ideología de un grupo humano puede utilizar acontecimientos externos para afianzarse y renovarse. Ante la llegada de nuevas personas a un grupo humano, “la identidad nacional parecía haberse desvanecido sin dejar rastro. La globalización, el multiculturalismo, el cosmopolitismo, la inmigración, el subnacionalismo y el antinacionalismo habían asestado duros golpes a la conciencia americana” (Huntington, 2004, p. 26). Considero importante esta aportación ya que dentro del trabajo de Huntington se demuestra como el oponerse a un enemigo como la Unión Soviética vislumbrado como un “mal para la sociedad” y abrazar el ideal del sueño americano como un modo de vida propio fueron indispensables para la identidad estadounidense hasta mitad de siglo. De la misma manera, haciendo referencia al ataque de las torres gemelas “Wal-Mart había vendido 116.000 banderas el mismo 11 de septiembre y 250.000 al día siguiente comparadas con las 6.400 y las 10.000 de esos dos mismos días del año anterior (Huntington, 2004, p. 25). Si bien esta es una explicación cultural al caso norteamericano, considero que puede utilizarse para entender también la identidad de grupos de menor magnitud como son los partidos políticos. Según el texto, una agresión externa ha sido una influencia grande para la cohesión de Estados Unidos. Utilizaré este argumento para apelar a que las agrupaciones partidarias retroalimentan el compromiso de sus militantes mediante discursos como la persecución política o mediante llamados para combatir un gobierno antidemocrático. De esta manera, las personas mantienen su compromiso mediante la firme idea de que están luchando por actos de justicia o de beneficio social.

Es necesario entender que la ideología no basta en nuestro contexto para mantener interesados a cuadros partidarios tan pequeños como los nuestros. Por tanto, este trabajo plantea que la ideología y la carrera política son elementos que los agentes toman en cuenta para mantenerse dentro de una organización; es decir, son parte de la oferta política que la organización debe mostrar para mantener a sus militantes y a sus candidatos. Así pues, el trabajo de Aldrich (1995) argumenta que los partidos políticos son “instituciones endógenas”, ya que los políticos alteran constantemente a estas organizaciones a su conveniencia. Esta nueva mirada no solo separa las necesidades del conjunto como partido y los intereses de aquellos que los conforman; sino que condiciona la primera a la segunda. Esta nueva mirada plantea necesario entender una nueva

jerarquía de importancia dentro de la estructura organizativa: los postulantes son los más importantes debido que ellos son los líderes y los representantes que compiten en nombre del partido ante las elecciones. Por esta misma razón, los intereses de estos “*office seekers*” configuran el movimiento de la organización. Los demás actores giran en torno a los postulantes, por ejemplo, los inversionistas de los partidos, la prensa, las encuestadoras, los especialistas en recaudación de fondos virtuales, entre otros. Estos actores dependen del éxito del partido y de su ambición por llegar al poder. Así pues, se entiende la necesidad para un partido político de mantener a sus postulantes con incentivos para quedarse en la organización.

Ante la pregunta del por qué existe la motivación por parte de los militantes para afiliarse a partidos políticos, Aldrich menciona que estos han sido creados para resolver los problemas de los postulantes que los actuales mecanismos institucionales no resuelven. Por ejemplo, los políticos entran al partido cuando están convencidos que al hacerlo podrán garantizar o por lo menos estarán más cerca de conseguir sus resultados. Además, el autor señala que el “problema de la elección social” (Aldrich, 1995, p. 24) sobre la difícil conformación de mayorías en el congreso puede evitarse si es que los postulantes se logran armonizar dentro de un partido político para lograr prevalecer sus intenciones. Por otro lado, el “problema de la acción colectiva” (Aldrich, 1995, p. 24), es decir, el problema de conseguir atraer una gran cantidad de votos a nivel nacional, puede reducir su costo si es que se utiliza un partido político y su estructura para llegar a más territorio. Así pues, se usa a los partidos políticos cuando son vistas como instituciones durables en el tiempo, que pueden fortalecer a largo plazo las ambiciones políticas de los postulantes, a diferencia de las coaliciones que generalmente solo se forman para una elección.

Siguiendo la línea de la oferta partidaria hacia los candidatos, el trabajo de Hale (2005) cita a Kitschel para referirse a dos tipos de capitales con los que pueden contar los partidos para hacer más atractiva su organización a los ojos de los candidatos y que logran generar como producto el éxito político (p. 12). El primero es el capital ideológico, el cual provee de principios e ideas que logran formar dos funciones fundamentales del partido: resolver “el problema de la elección social” de Aldrich ya que permite establecer acuerdos permanentes intra-partidarios y resolver “el problema de la acción colectiva”, también identificado por Aldrich, ya que permite basar campañas políticas en base a estos valores. El segundo capital es el administrativo, por el cual se le da algún tipo de reconocimiento sea monetarios, transferencia, regalo, trabajo entre otros a aquellos votantes, miembros o activistas que hayan demostrado un apoyo considerable al partido. Este tipo de inversión sirve para producir relaciones clientelistas. Ahora bien, es necesario entender que no todos los partidos tienen la misma cantidad de estos dos capitales. En base al nivel de

disponibilidad de dichos capitales, Hale hace una tipología para referirse al tipo de partidos. Según el autor, en las nuevas democracias abundan partidos menores, los cuales se caracterizan por contar con un muy bajo nivel de ambos capitales. Sin embargo, Hale propone que se puede entender a los partidos personalistas, centrados exclusivamente en torno a una idea de la personalidad y de las capacidades personales del líder del partido, como un cierto tipo de partido con capital ideológico. El carisma puede servir para atraer o crear otras formas de capital que pueden ser un buen augurio para el futuro éxito del partido. Lo que podría pasar solo como atractivo personal de los líderes del partido a menudo refleja mucho más que la mera fuerza de su personalidad, incluyendo las lealtades partidistas y componentes ideológicos importantes (Aldrich, 2005, p. 15).

Por último, siendo el caso latinoamericano un contexto distinto al de la literatura clásica europea y estadounidense, es necesario tener en cuenta al populismo como la manera en que los partidos han insertado sus estrategias en la región. De esta manera, según el trabajo de Touraine (1989), el populismo sirvió como fuente de identificación de las masas. Según el autor, si bien siempre se busca los grados peyorativos del populismo como un sistema clientelar y corrupto; se puede afirmar que los estados nacional-populares fueron la respuesta improvisada pero necesaria ante las demandas de una sociedad poco organizada. Una característica común de los países de la región fue que las clases sociales no formaron organizaciones fuertes de representación. La existencia de sindicatos de obreros fuertes, o de elites políticas, o de organizaciones campesinas era muy débil por lo que el conflicto plural de Laclau y Mouffe (2004), o la existencia de un “credo” latinoamericano de Huntington (2004, p. 26) o la percepción de grupos de representación del liberalismo parece no encajar muy bien. Es en este contexto que el nacional-populismo emerge recogiendo las distintas demandas sociales y articulándolas en un frente único colectivo.

Lo interesante del populismo es su flexibilidad, ya que no contiene una línea ideológica ni se relaciona con la derecha o izquierda política sino que alimenta su causa con todo tipo de demandas que encuentra a su paso. Esto nos deja claro la manera tan peculiar de generación de identidad de nuestra región, ya que siendo generalmente los sindicatos o grupos partidarios institucionalizados los que recogen y arman la identidad de sus partidarios, en el caso latinoamericano tenemos organizaciones que pueden apoyar medidas de beneficio económico de las elites junto con la reivindicación del voto femenino o de las clases bajas. El autor pone un ejemplo claro como el APRA, el cual arma un frente nacional contra la lucha anti imperialista en el que estaban sumados gente de distintas clases sociales. La base de los populismos se

encontraba en la capacidad de su líder para lograr articular demandas distintas y crear una colectividad nacional tal como Perón en Argentina.

De la misma manera, el trabajo de Laclau (2003) presenta una manera más profunda de entender la relación entre representante y representado. Para el autor, no solo se trata de recoger los intereses de los segundos, sino en la articulación de las demandas en un sentido más amplio, la cual permita insertarlas en la arena política y luego regresarlas hacia los representados para retroalimentarlos. De esta manera, el representante no solo introduce las demandas a la agenda pública, sino que crea identidad entre los representados al crear un discurso respecto a la manera como ellos deben entender sus necesidades.

Laclau también usa el ejemplo del APRA de los 30's y 40's, el cual dota de una comunidad a los campesinos mediante clubes deportivos y una serie de espacios de esparcimientos para la articulación de una solidaridad colectiva. Así en este caso, el representante "marca" al representado. Como vemos, Latinoamérica tiene una relación distinta con la democracia a comparación de Estados Unidos. Si la democracia liberal presupone representantes de las demandas de la población, en nuestro caso el populismo llenó los vacíos que los partidos de masa jamás llenaron. Para nuestro análisis, es necesario tomar en cuenta esta aproximación sobre la manera singular de hacer política en Latinoamérica, la cual mantiene hasta el día de hoy estos rasgos de populismo y la necesidad de un líder carismático que reúna bajo su personalidad las diferentes demandas sociales. Es así que podemos apelar a que los outsiders de nuestro país, como Fujimori o Toledo, no llegaron al poder con una línea ideológica fuerte y definida, sino más bien eran los representantes del "pueblo", del conjunto de ciudadanos que no habían sido escuchados. Esta relación entre líder carismático-ciudadano afecta de manera indirecta a los partidos que estos representan ya que en primer lugar dota de un sentido caritativo a sus militantes y en segundo lugar, si bien no los institucionaliza, los mantiene a flote para siguientes elecciones.

Conclusiones

Por tanto, este trabajo asume que: (i) en los partidos peruanos no se puede separar la afiliación por interés económico de la afiliación ideológica ya que no se cuenta con un gran número de militantes. De esta manera, la supervivencia de estas organizaciones debe contar también con otro tipo de incentivos para mantener el compromiso, (ii) los partidos peruanos tienen una lógica vertical de organización partidaria, lo que nos llevaría nuevamente a la pregunta de qué incentivos

tendrían los militantes que no son de la cúpula para mantenerse en una organización donde su voto no tiene el mismo peso, (iii) es esta percepción la cual nos lleva a pensar que los partidos personalistas deben recurrir a dos estrategias de manera complementaria para mantenerse en la arena política: posibilidad de carrera política para sus militantes y formulación de lazos y compromisos como estrategia de cohesión política, (iv) la llegada de los medios de comunicación masivos, la inserción de nuevas clases sociales a la capital y la crisis del sistema de partidos en nuestro país plantea un nuevo reto para las organizaciones políticas que deseen no solo llegar a una elección sino que también busquen fortalecer su militancia en el tiempo.

Por tanto, en la medida que se necesiten nuevas estrategias, la oferta partidaria interna debe entender que a) los militantes son importantes para mantener un partido a flote debido que ellos son los líderes y los representantes que compiten en nombre del partido ante las elecciones, b) los militantes se mantienen en los partidos políticos mientras estos signifiquen instituciones durables en el tiempo, que puedan fortalecer a largo plazo sus ambiciones políticas, c) el carisma puede servir para atraer o crear otras formas de capital ideológico que pueden ser un buen augurio para el futuro éxito del partido como lealtades partidistas y componentes ideológicos importantes, d) es necesario tomar en cuenta la manera singular de hacer política en Latinoamérica, la cual mantiene hasta el día de hoy rasgos de populismo, y la necesidad de un líder carismático que reúna bajo su personalidad las diferentes demandas sociales, ya que dota de un sentido caritativo a sus militantes y en si bien no los institucionaliza, los mantiene a flote para siguientes elecciones.

Referencias

- Alcántara Sáez, M. & García Díez, F. (2008). El carrusel electoral latinoamericano o la normalidad de la incertidumbre política en países fuertemente heterogéneos. En Alcántara Sáez, M. & García Díez, F. (Eds.), *Elecciones y política en América Latina* (p. 5-18). México: Instituto Electoral del Estado de México.
- Aldrich, J.H. (1995). *Why Parties? The Origin and Transformation of Party Politics in America*. Chicago: University of Chicago Press.
- Duverger, M. (1957). *Los Partidos Políticos*. Fondo de Cultura Económica.
- Hale, H. E. (2005). *Why Not Parties in Russia? Democracy, Federalism, and the State*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Huntington, S. P. (2004). *¿Quiénes somos? Los Desafíos a la Identidad Nacional Estadounidense*. Bogotá: Paidós.
- Jimenez Borra, L. E. (2009). *Los Partidos Políticos ante la Sociedad: Legalidad y Caso Peruano*. Lima: Biblioteca Nacional del Perú.
- Laclau, E. (2003). *Democracia, Pueblo y Representación*. [Entrevista y texto]. Recuperado de <http://www.exargentina.org/antiores-buenosaires3-02.html>.
- Laclau, E. & Mouffe, C. H. (2004). *Hegemonía y Estrategia Socialista: Hacia una Radicalización de la Democracia*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- Panebianco, A. (1990). *Modelos de Partido: Organización y Poder en los Partidos Políticos*. Madrid: Alianza Editorial S.A.
- Touraine, A. (1989). *América Latina: Política y Sociedad*. España: Espasa Calpe.
- Townsend Diez Canseco, A. E. (2004). *El Fortalecimiento de los Partidos Políticos y la Democracia en América Latina*. Lima: Fondo Editorial del Congreso del Perú.
- Weber, M. (1922). *Economía y Sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.