

Ser militante en el Perú:

Aproximaciones desde la juventud de Solidaridad Nacional

HENRY AYALA ABRIL¹



Desde la crisis del sistema de partidos en el Perú, las organizaciones políticas que sobrevivieron al fujimorato o se formaron luego de los noventa tuvieron cada vez más problemas por mantener una militancia activa y lograr que perdure su estructura interna (Tanaka 1998). Existe abundante literatura que señala la pérdida de conexión de los partidos con la sociedad (Tuesta 1996, Pease 1999, Levitsky 1999, Grompone 2005), donde destaca actualmente la proliferación de organizaciones políticas mínimamente establecidas que dependen de estructuras paralelas para su funcionamiento (Barrenechea 2014, Zavaleta 2014).

Dicha desconexión no es ajena a los jóvenes. Según la I Encuesta Nacional de la Juventud de 2011, solo el 1 % de personas entre 18 y 29 años participa dentro de un partido político a pesar de que a un 60 % de encuestados sí le interesa la política. Paralelamente, en la sociedad se desarrollan nuevas formas de hacer política más horizontales e independientes como movimientos sociales, movimientos de protesta, o activismos políticos *online*, que merman la capacidad de representación y movilización de los partidos (Cross y Young 2008, Fernández-Maldonado 2015).

No obstante, los partidos políticos persisten y sobreviven con un mínimo de organización que se

ciere sobre la base de sus militantes o activistas en campaña, muchos de ellos jóvenes. ¿Es que los partidos se están quedando sin militantes o es que la participación política ha cambiado? ¿Cómo logran los partidos afianzar mecanismos para ser atractivos a una militancia juvenil que escasea? ¿Esta participación busca un beneficio individual en un contexto desideologizado o existen otras motivaciones?

El presente artículo discute sobre la militancia juvenil en los partidos políticos peruanos. Para ello, se toma el caso de los jóvenes limeños de Solidaridad Nacional durante las elecciones subnacionales de 2014, uno de los partidos personalistas más exitosos electoralmente de la capital, así como ejemplos de la literatura sobre organizaciones políticas.

El cambio de paradigma: del militante abnegado al militante oscilante

Usualmente, la concepción de militante político evoca a una persona que invierte su tiempo desinteresadamente por sus ideas políticas y debe ceñirse disciplinadamente a las decisiones de los líderes partidarios. Esta idea no es gratuita, puesto que la figura del militante se crea en los primeros partidos de masas del siglo XX, estudiados por Maurice Duverger (1951). Para el autor, lo que

¹ Politólogo, asistente de Investigación en el Instituto de Democracia y Derechos Humanos IDEHPUCP, e investigador del Grupo de Investigación de Partidos Políticos y Elecciones PUCP.



Foto: Juventudes Solidarias

define al militante es el pago regular de cuotas, la adhesión formal a través de un documento firmado y el alto grado de participación.

Siguiendo esta definición, el militante de un partido solo es quien está inscrito formalmente en el mismo, lo cual acarrea problemas para estudiar su participación. Por ejemplo, en el caso de los jóvenes de Factor K en la campaña presidencial de Keiko Fujimori en 2016, se discutía si este grupo de simpatizantes podría considerarse parte de la campaña oficial y por ello, punibles de haber incumplido las normas electorales. Según el Registro de Organizaciones Políticas, Fuerza Popular es uno de los partidos con menos militantes inscritos, lo cual contrasta con la enorme capacidad logística que el fujimorismo desplegó en dicha campaña (Urrutia 2016).

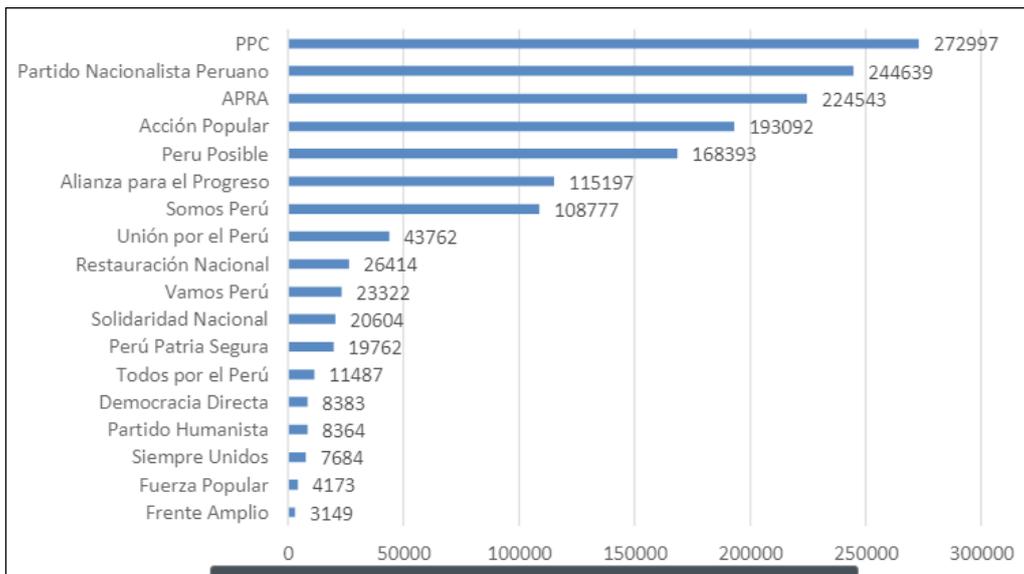
En un contexto informal como el sistema partidario peruano, concebir el activismo fujimorista solo en términos de inscripción sería una mirada incompleta de la realidad. En el Partido Popular Cris-

tiano y el Partido Nacionalista ocurre al revés: pueden tener el mayor número de militantes inscritos, pero muchos de ellos no participan de las campañas políticas o acuden a reuniones.

Por ello, la reducción de los niveles de participación partidaria o la informalidad de la misma demuestran que no existe solo una concepción del militante (Heidar 1994, Dalton y Wattenberg 2000, Scarrow 2000). Ante ello, nuevas definiciones diferencian magnitudes de activismo partidario (Heidar 2006, Scarrow 2014) que visibiliza también a los activistas no inscritos formalmente para observar un panorama más real de la organización partidaria.

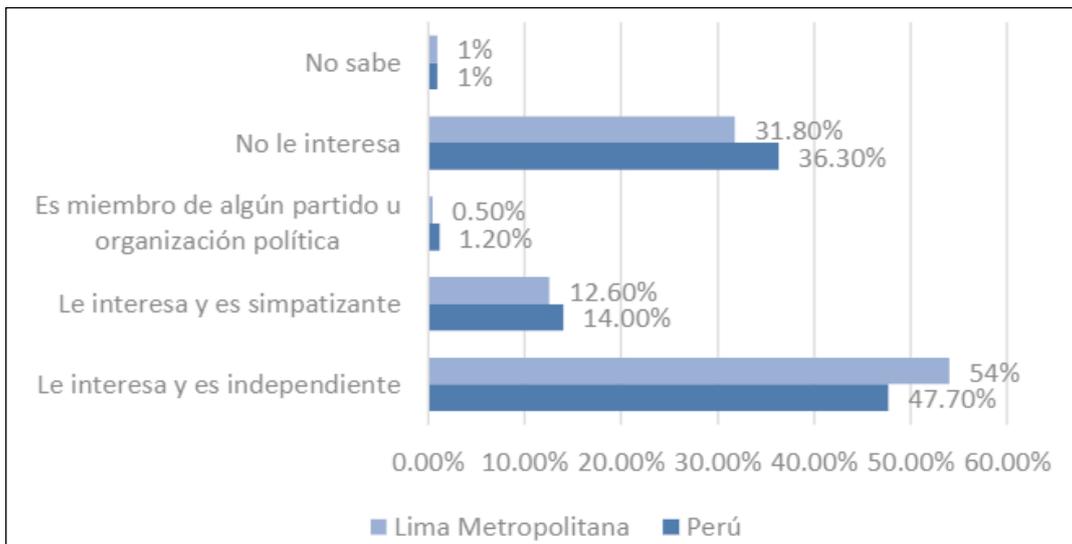
El militante será entonces la persona -inscrita o no formalmente en el partido- que dedica parte de su tiempo a actividades partidarias. Para esta definición, se considera militantes a las personas que tienen por lo menos un grado de participación en asistencia a reuniones, actividades de campaña, etc. El militante no solo es la persona abnegada

Gráfico N.º 1. Número de afiliados válidos informados por organización política



Fuente: Registro de Organizaciones Políticas. Actualizado al 30 de junio de 2015. Elaboración propia.

Gráfico N.º 2. Participación política en jóvenes de 15 a 29 años en 2011



Fuente: INEI- Primera Encuesta Nacional de la Juventud 2011. Elaboración propia.

que acude religiosamente a los mítines de campaña, sino la que se acopla a otros tipos de activismos funcionales que fluctúan según la motivación y la disposición del individuo.

Ampliar el concepto ayuda en particular al estudio de las juventudes en los partidos debido al desprestigio que este tipo de organizaciones acarrea. Según SE-

NAJU (2012), casi el 90 % de jóvenes tienen poca o nada de confianza en los partidos políticos en 2011. Las nuevas generaciones no están interesadas en canalizar su activismo a través de un organismo jerárquico como un partido político y preferirán estar envueltas en nuevas formas de hacer política u otras organizaciones sociales (Cross y Young 2008:346, Fernández-Maldonado 2015). Un nue-

vo tipo de generación necesita nuevas formas de participación de carácter más oscilante y menos rígido.

¿Cómo se entra a un partido político?

En el juego político peruano, los partidos necesitan de una organización partidaria mínima para obtener réditos electorales, así ésta no se mantenga en el tiempo. De este modo, muchos líderes son conscientes que necesitan jóvenes activistas, tanto por imagen como por su mano de obra en campaña. En ese sentido, algunos partidos han creado niveles de militancia para este grupo como es el caso del APRA con la Juventud Aprista del Perú (Jave y Uchuypoma 2016) o espacios netamente organizados por jóvenes como Factor K en el fujimorismo o Jóvenes con Vero en el Frente Amplio. Sin embargo, no hay estrategias específicas de reclutamiento en los partidos, los cuales suelen decir que están «abiertos» hacia la ciudadanía (Roncagliolo y Meléndez 2007: 247) aunque emplean distintos tipos de mecanismos no establecidos en los estatutos.

Uno de ellos son los mecanismos de cercanía que dependen de los puntos tradicionales de la socialización política: el ámbito familiar y el ámbito amical. Muchos jóvenes descubren los partidos tradicionales como el APRA o el PPC a través de familiares. Por ejemplo, en una encuesta realizada a los militantes de Solidaridad Nacional², 1 de cada 4 militantes señaló que algún miembro de su familia participa o había participado en un partido político. Asimismo, los vínculos amicales pueden ser acercamientos clave para convencer a jóvenes que apoyen en actividades de campaña, apelando a la confianza y la relación entre dichas personas. Una vez enganchados, pueden encontrar que la labor del partido es de su agrado y optar seguir participando una vez acabada la campaña.

El objetivo de este tipo de mecanismo es lograr que más personas se sumen a las actividades de campaña. Es decir, busca cantidad más que calidad de militantes. De este modo, un proceso

de ingreso no reglamentado ni especializado abre la puerta a apoyos esporádicos que no necesariamente entran a las actividades con el fin de tener un desarrollo sostenido dentro de los partidos.

Otra forma de reclutar activistas es a través de beneficios individuales. Esto puede concebirse desde la retribución con dinero o dádivas a los asistentes a un mitin hasta oportunidades laborales en una posible victoria. Por ejemplo, César Acuña destinaba becas de posgrado en su consorcio universitario para candidatos de su partido con el fin de afianzar su lealtad en Alianza para el Progreso (Barrenechea 2014). Para el caso de los jóvenes, este mecanismo puede afinarse dependiendo de la demanda, como sucedió en Solidaridad Nacional bajo la Secretaría General de José Luna.

Luna, quien fue secretario general de 2011 a 2016, estableció una estrategia de captación de jóvenes a través del desarrollo de «Diplomados Solidarios» en la Universidad Telesup, institución educativa de la cual era dueño. La estrategia constaba en brindar charlas de marketing personal y toma de decisiones de tres meses de duración que culminaban en la oportunidad de acceder a una beca en dicha universidad. Su eficacia radicaba en que respondía a una necesidad de un grupo social, en este caso jóvenes provenientes de distritos emergentes sin estudios superiores, a manera de un espacio de formación paralela. A diferencia de los mecanismos de cercanía, que buscan la mayor cantidad de jóvenes, los diplomados que ofrecía Solidaridad Nacional apuntaban hacia la calidad del militante, es por eso que invertían en su formación política y profesional al mismo tiempo.

Los locales de campaña también son un método de captación indirecto de posibles activistas, en donde el primer acercamiento es clave para el inicio de la vida partidaria. De este modo, hay jóvenes que deciden buscar al partido por sí mismos, normalmente dentro de la campaña donde los líderes y la organización partidaria son más visibles y cercanos. Los partidos emplean diferentes estrategias para

² La encuesta fue realizada en el marco de una reunión general de juventudes con la participación de 150 personas de Lima Metropolitana en abril de 2015. En ella, 106 personas resolvieron y entregaron el formulario de encuesta, de las cuales 92 personas estuvieron dentro del rango de edad definido (15 a 29 años) como joven por la Secretaría Nacional de Juventudes de Perú.

captar y albergar jóvenes que quieran participar en sus actividades. No obstante, estos ingresos dependen de la propia motivación de la persona en colaborar con la agrupación. En este mercado de la participación, la militancia se solidifica solo si encuentra sus demandas satisfechas a través del partido y los incentivos que ofrece.

Motivaciones e incentivos

En un contexto hostil a los partidos políticos y a la idea de pertenecer a uno de ellos, ¿qué lleva a un joven a participar activamente en alguno de ellos? Tradicionalmente, la respuesta iría hacia la identificación con la ideología del partido como en el caso de partidos tradicionales (Cyr 2011, Jave y Uchuypoma 2016) o con el rol de sus líderes en gobiernos anteriores como en el fujimorismo (Urrutia 2011). Sin embargo, para aproximarnos a la realidad de las organizaciones de corte personalista que abundan en la política peruana, podemos tomar el caso de las juventudes de Solidaridad Nacional.

En la encuesta realizada en 2015, se pregunta por los incentivos para pertenecer al partido por medio de enunciados donde se les pide a los militantes que indiquen el rango de importancia que le dan a cada uno. Estos enunciados fueron clasificados según la teoría de incentivos que proponen Seyd y Whiteley (1992), la cual los diferencia entre incentivos colectivos, incentivos selectivos y motivaciones ligadas al individuo como la norma social y el altruismo.

En los resultados, el 81.8 % de los encuestados señaló que ayudar a los más pobres era una sus razones primordiales para decidir ser parte del partido, así como un 77 % piensa en mejorar la sociedad y el país. En tercer lugar aparece lo relacionado a las normas sociales (76 %), donde las expectativas de la familia o su entorno son una motivación importante, así la política en general esté desprestigiada. Cabe resaltar que, en estos tres enunciados está implicado el predominio de una motivación que no responde a un incentivo de parte del partido: la búsqueda por una sociedad mejor o hacer que los padres se sientan orgullosos de uno responde a un deseo individual y no necesariamente a un intercambio racional de servicios por incentivos.

Los enunciados que ocupan el cuarto y quinto lugar entre los más importantes son los incentivos selectivos de resultado, que en este caso hacen alusión a las oportunidades de trabajo y de seguir con los estudios, respectivamente. En ese sentido, ambos reflejan la creencia que mediante el trabajo dentro del partido político se puede lograr oportunidades para tener un futuro mejor a largo plazo. Estos pedidos sí poseían una contraparte dentro del partido a través de la estrecha relación entre Solidaridad Nacional y la universidad Telesup, en la cual un militante puede tanto estudiar diplomados como trabajar con militantes adultos.

Los incentivos menos importantes son los relacionados a la carrera política (33 %), lo cual no es algo fundamental para la mayoría de jóvenes que ingresan a militar. Se podría decir que este rechazo a la vida política se debe a que no todos tienen intenciones de postular a un cargo público, lo cual es inherente a una carrera política; no obstante, la segunda categoría menos importante es participar activamente de la política, que se refiere a otros tipos de participación más allá de tener un cargo o escalar puestos en el gobierno.

Un problema metodológico que puede surgir con este procedimiento es que una pregunta cerrada no capte todos los incentivos posibles, o que haya un sesgo por temor del participante a ser juzgado por sus respuestas. Por ello, se establecieron dos preguntas abiertas en la encuesta: una sobre lo que se obtiene por la participación y otra sobre la motivación personal.

Cuando se les pregunta directamente, la razón que más se repite es el estudio o la búsqueda por que más jóvenes tengan oportunidad de estudiar, lo que confirma la prioridad de la educación dentro de las motivaciones partidarias. En segundo lugar, se mencionan «mejorar mi distrito» o «mejorar mi país», que apelan a los deseos altruistas por hacer un cambio positivo en la sociedad. Estas dos categorías ratifican la predominancia de los incentivos de resultado y las motivaciones altruistas que se hallaron a través de la pregunta con categorías cerradas.

Tabla N.º 1. *¿Qué te brinda el partido para que decidas seguir participando?*

Incentivo	Menciones
«Oportunidades»	17
«Oportunidades de educación»	10
«Respeto / Confianza»	5
«Espacio para expresarme»	4
«Contactos»	3

Fuente: Encuesta a militantes del Partido Solidaridad Nacional (Ayala 2016).

Conclusiones

Los estudios de organizaciones políticas suelen dar por sentado a la militancia, perdiendo de vista la organización interna y la adaptación de los partidos ante un contexto de desprestigio. Conocer los mecanismos y concepciones de este tipo de participación en los más jóvenes permite entender esa primera socialización y cuán fundamental resulta para la relación entre el individuo y el colectivo político.

La figura del militante ha cambiado en la política peruana. El concepto ideal del militante abnegado por la causa política escasea al igual que los partidos de masas dentro de nuestra sociedad. El grado de activismo y sus funciones en campaña fluctúan según sus principales motivaciones en la propia organización.

Por ello, los partidos tienen diferentes formas de reclutar jóvenes, dependiendo de los objetivos que

tengan a mediano plazo. En el caso de Solidaridad Nacional con José Luna, hubo una estrategia de captación que dependía de una estructura paralela. El partido se adaptó al contexto y buscó formar una organización que pueda perdurar, puesto que la mayoría de jóvenes no estaba muy interesada en una carrera política. Con la salida de Luna del partido, dicha estrategia se truncó, aunque dichos recursos y logística se encuentren relocalizados en su nueva organización política.

Lo interesante de dicha estrategia es la evolución que significa para los partidos personalistas, los cuales han descubierto que la identificación con el líder no basta para mantener sus réditos electorales ni forjar organización. Si antes funcionaba crear un vínculo populista entre líder y seguidores, ahora es necesario encontrar nuevos espacios para que la persona no se desvincule. La organización del partido se modifica para responder a las actuales motivaciones de los jóvenes militantes con nuevas estrategias que incentiven su participación.

A partir de este caso, se evidencia en las motivaciones de los jóvenes solidarios que el militante no es ni un altruista abnegado ni un oportunista político. Es una combinación entre aspectos racionales y no-racionales de la política, cuyo compromiso con el partido no radica en la formalidad de su situación, sino en el activismo con el que lo integra. El militante se encuentra posicionado entre la sociedad y el partido, pues existe una mezcla entre el lugar de estudio, trabajo y el ambiente familiar con las relaciones partidarias. De este modo, lo personal se vuelve político en tanto se combinan diversas dimensiones con intereses colectivos y personales dentro de la organización partidaria.