

Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white, sans-serif font centered within a solid blue rectangular background.

«Meterse en política» ["Get into politics"]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	Vommaro, Gabriel
Publisher	Fundación Friedrich Ebert (FES)
Rights	Creative Commons Copyright (CC 2.5)
Download date	2026-07-08 14:28:13
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/216925

«Meterse en política»: la construcción de PRO y la renovación de la centroderecha argentina

GABRIEL VOMMARO

Desde su nacimiento, en el turbulento contexto de 2001-2002, Propuesta Republicana (PRO), el partido fundado por Mauricio Macri, empresario y ex-presidente del Club Atlético Boca Juniors, resistió la tentación de diluirse en los partidos tradicionales y se convirtió en un espacio de renovación de la centroderecha argentina. En él conviven políticos de larga data con nuevos ingresantes a la actividad, relacionados con el mundo empresario y de las ONG y los *think tanks* liberales. El emprendedorismo y el voluntariado son valores partidarios dominantes, a lo que suman un discurso «postideológico», una estética festiva y un liderazgo propio de un *team leader* empresarial.

Nacido de un *think tank*, en el contexto de la crisis argentina de 2001 y 2002, el partido Propuesta Republicana (PRO) se constituyó, desde su creación, en la principal fuerza de centroderecha argentina¹. Su heterogeneidad organizacional y sus innovaciones ideológicas le permitieron renovar ese espacio político y acceder a electores históricamente esquivos a él. La empresa se reveló

Gabriel Vommaro: es magíster en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires (UBA) y doctor en Sociología por la Escuela de Estudios Superiores en Ciencias Sociales (EHESS), París. Es investigador-docente en el Instituto del Desarrollo Humano de la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS), donde dirige el Área de Política, e investigador del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet) de Argentina.

Palabras claves: centroderecha, emprendedorismo, militancia política, voluntariado, Mauricio Macri, PRO, Argentina.

1. El partido liderado por Mauricio Macri toma el nombre PRO recién a partir de las elecciones legislativas de 2005. Entre 2003 y 2005, en tanto, se llamó Compromiso para el Cambio. En este artículo utilizaremos siempre la sigla PRO.

exitosa, en especial en la ciudad de Buenos Aires, donde gobierna desde 2007 y consiguió la reelección en 2011, y donde ha ganado la mayor parte de las elecciones –tanto legislativas como ejecutivas– desde su definitiva conformación en 2003. En este artículo nos proponemos trazar la génesis de este partido, dar cuenta de los grupos políticos que lo componen, así como de los mundos sociales en los que recluta su militancia y en los que abreva para la construcción de un discurso modernizador y desideologizado, que, como veremos, provee un horizonte político a amplios sectores sociales.

En la primera parte nos ocupamos de la historia del partido, del modo en que, en la transición entre un neoliberalismo «noventista» en decadencia y un nuevo tiempo político inaugurado por la crisis social y por las movilizaciones políticas de diciembre de 2001, construyó una organización propia, escapando a la tentación de diluirse en partidos ya existentes. En la segunda, nos dedicamos a analizar los grupos dirigentes que componen PRO y mostramos la convivencia de políticos de larga data, provenientes de la derecha tradicional pero también del peronismo y del radicalismo, con nuevos ingresantes a la actividad, relacionados con el mundo empresario y con el universo de las ONG y los *think tanks*. Luego, trabajamos sobre los espacios de reclutamiento del partido, para comprender qué tipo de actores se acercan y qué tipo de disposiciones sociales y visiones del mundo son privilegiadas en PRO, un partido en el que el *hacer* propio de la lógica *empresadora* parece ser un valor dominante.

■ Un partido vecinal: el nacimiento de PRO en un contexto de fluidez política

Poco antes de que se agotara definitivamente el esquema económico de convertibilidad entre el peso y el dólar que había permitido a la derecha neoconservadora argentina incidir ampliamente en las políticas del gobierno peronista de Carlos Menem, el empresario Francisco de Narváez organizó la Fundación Creer y Crecer. Se proponía construir equipos técnicos y políticas públicas para influir en los programas de gobierno que presentarían los principales candidatos en las elecciones presidenciales de 2003. Su primer socio fue el también empresario Mauricio Macri, heredero del grupo Sociedad Macri (SOCMA), y entonces presidente del Club Atlético Boca Juniors. Para buena parte de la centroderecha argentina, dentro y fuera del peronismo, su figura era una promesa política de gran interés: con imagen pública en ascenso, en virtud de su participación en el mundo del fútbol, era además el retrato de un empresario exitoso, un valor de relieve para este sector. El diagnóstico de la

crisis que se avecinaba empujaba a algunos empresarios a fomentar la construcción de políticas sectoriales que aseguraran que los «logros» de los años menemistas no se perdieran en medio de las dificultades del país. El formato no era nuevo. El Grupo Sophia había sido creado en los años 90 con el mismo objetivo, tal como, en buena parte, otro *think tank* de cuya fundación había participado Sonia Cavallo, la hija del ex-ministro de Economía Domingo Cavallo, el Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC). Los nuevos *think tank*, sin vínculos orgánicos con los partidos políticos, proveen políticas «llave en mano» y cuadros técnicos a las fuerzas con posibilidades de acceder al gobierno. Son, al mismo tiempo, un espacio de inserción laboral de profesionales y expertos vinculados a las políticas públicas. PRO iba a abrevar de este mundo de expertos y profesionales. A su vez, el Grupo Sophia iba a encontrar en el incipiente macrismo un espacio de desarrollo que lo llevaría a fundirse en un proyecto político que daba un lugar a los *equipos técnicos* que las fuerzas políticas tradicionales escamoteaban. Desde este ángulo, puede decirse que PRO es heredero de un formato político estabilizado en los años 90.

**Los nuevos *think tank*,
sin vínculos orgánicos con
los partidos políticos,
proveen políticas «llave en
mano» y cuadros técnicos a
las fuerzas con posibilidades
de acceder al gobierno ■**

La crisis social y las movilizaciones políticas de diciembre de 2001 iban a provocar un cambio en la lectura de la situación, así como en los objetivos de Creer y Crecer, lo que permitiría el nacimiento de PRO como partido. Por un lado, al calor de la deslegitimación generalizada del personal político de los partidos tradicionales y de las tensiones internas del peronismo a la hora de definir sus candidaturas para las elecciones presidenciales de 2003, Macri fue abandonando progresivamente la idea de mantener a la Fundación solo como proveedora de ideas y de cuadros técnicos para esas fuerzas –los vínculos con el peronismo eran, sin duda, mucho más estrechos que con el radicalismo²–.

2. Como en todo momento de crisis y reacomodamiento político, los pasos dados no estaban exentos de titubeos. Todavía en junio de 2002, Macri, de gira por España, decía luego de una reunión con representantes de grandes empresas de ese país: «Les hemos informado sobre el plan de gobierno preparado por 250 especialistas jóvenes de nuestra Fundación Creer y Crecer para re-fundar la Argentina. Esperamos que este plan sea aplicado por el próximo gobierno. Lo entregaremos al que gane las elecciones sin ningún sectarismo, ya que no está ligado a una candidatura personal». Citado en Juan Carlos Algañaraz: «Macri, de campaña también en Madrid» en *Clarín*, 8/6/2002.

La renovación de la política fue desde entonces una de las banderas principales de su emprendimiento político. Por otro lado, y en consecuencia, decidió crear un partido político para disputar las elecciones de 2003. Macri ya no iba a ser solo el candidato ideal que Creer y Crecer podía proponer a alguno de los partidos mayoritarios, sino también la cabeza de un proyecto político que dibujaría contornos propios. Para eso, comenzó con una implantación local, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, para competir en las elecciones municipales de 2003. Una vez en el gobierno porteño, podría aspirar a convertirse en una fuerza nacional. Fue entonces cuando las diferencias con De Narváez, más favorable a mantener la cercanía con el peronismo o, en su defecto, a disputar con un nuevo sello las presidenciales, los llevaron a separarse. Los dos empresarios iban a encontrarse nuevamente en otras coyunturas electorales, pero estaba claro que las estrategias políticas los embarcaban en caminos diferentes. De Narváez fue, durante la campaña de las presidenciales de 2003, uno de los referentes técnicos de Carlos Menem.

Por entonces, la ciudad de Buenos Aires era un ámbito propicio para la creación de un nuevo partido. La capital argentina había sido el epicentro de las movilizaciones contra la «clase política» en diciembre de 2001 y los meses que siguieron, así como del llamado «voto bronca» (en referencia a los votos anulados y en blanco) en las legislativas de octubre de 2001, que había afectado seriamente a los partidos mayoritarios³. Por otro lado, el desmembramiento de la Alianza, conformada por la Unión Cívica Radical y el Frente para un País Solidario (Frepasso), había puesto en una situación de extrema debilidad a estos partidos, de fuerte raigambre entre los sectores medios porteños. La situación no era mejor del lado del peronismo, que no conseguía buenos resultados en el distrito federal desde la reelección de Menem en 1995. Se trataba así de una jurisdicción que ofrecía una estructura de oportunidades políticas favorable para la entrada de nuevos actores.

El 14 de julio de 2002, Macri anunció que competiría por la Jefatura de Gobierno de la ciudad. En el programa político televisivo *Hora Clave*, explicó: «No hay voluntad de cambio suficiente en la dirigencia política. En estas condiciones, es preferible apuntar a la ciudad con un proyecto de cambio verdadero, en un ámbito más manejable». La estrategia era clara: «Formaremos un partido vecinal y trabajaremos con orgullo por la ciudad, con la

3. V. sobre el tema Sebastián Pereyra, G. Vommaro y Germán Pérez (eds.): *La grieta. Política, economía y cultura después de 2001*, Biblos, Buenos Aires, 2013.



misma pasión que lo hice cuando asumí en Boca»⁴. El tipo de personas que atraía PRO no solo contrastaba con el formato de activismo de una ciudad aún poblada de militancia barrial, de cooperativas y de movimientos territoriales,

El tipo de personas que atraía PRO no solo contrastaba con el formato de activismo de una ciudad aún poblada de militancia barrial, de cooperativas y de movimientos territoriales, sino también con el de los políticos de larga data ■

sino también con el de los políticos de larga data que intentaban reconstruir su legitimidad en medio de las turbulencias de aquel tiempo. No sin cierta ironía, una crónica periodística del primer acto en el que Macri lanzó su candidatura identifica esta novedad:

Un tostado⁵ Macri abrió el fuego agradeciendo a los presentes en la inauguración. Una cadena de e-mail de origen desconocido alertó a más de uno que se

fue sumando a la convocatoria, en la cual prevalecieron los trajes y las corbatas de jefes y empleados de empresas, la mayoría de ellas de servicios. Para quien está acostumbrado a ver siempre las mismas caras en los mitines políticos, este constituyó una rara excepción. No había –a excepción de algunos pocos– caras políticas conocidas.⁶

Es cierto que a estos hombres del mundo de los negocios caricaturizados por la prensa, así como a los técnicos que trabajaban en Creer y Crecer, se les sumaban dirigentes políticos de larga data, «caras conocidas» para los profesionales del comentario político. Sin embargo, PRO nunca iba a perder este rasgo de *outsider* de la política con el que construyó su presentación pública. Por un lado, porque de ese modo lograba posicionarse como una garantía de eficiencia –no dejaba de poner de relieve el hecho de tener *equipos* capaces de producir políticas públicas para el buen funcionamiento del Estado–, tanto como de moralización política, en el contexto de un fuerte cuestionamiento de la compatibilidad de los intereses de los políticos con los de los ciudadanos. «Meterse en política», el modo en que desde PRO, y en especial en el discurso de Macri, se nombraba esta entrada en el mundo partidario, aparece como un modo de contribuir a la renovación de las elites más gradualista que aquel «Que se vayan todos» que había dominado las consignas de diciembre de 2001. Al mismo tiempo, este «meterse en política» será un llamado con el que Macri intentará multiplicar el reclutamiento de dirigentes empresarios,

4. «Macri se bajó de la candidatura a presidente y peleará por la Ciudad» en *La Nación*, 15/7/2002.

5. Es decir, bronceado por el sol.

6. «Macri estrenó comando y mostró nuevas caras» en *Noticias Urbanas*, 31/7/2002.

por un lado, y de dirigentes de la sociedad civil, en especial del mundo de los *think tanks* y el voluntariado, por el otro. Este llamado se dirige, además, a quienes, por estar ubicados socialmente «arriba», tienen un rol que cumplir ante el conjunto de la sociedad. En los años formativos de PRO, se hablará siempre de «la política» como un espacio exterior, ajeno, y muchas veces como un obstáculo a la llegada de los mejores. Años más tarde, el líder de PRO movilizó el mismo discurso para convocar a los jóvenes a ingresar en el partido. En una reunión de la juventud partidaria en la ciudad de Mendoza, sostuvo: «No podemos quedarnos de brazos cruzados mientras nuestro país pierde miles de oportunidades de crecimiento para nuestros jóvenes. Hay que meterse en política, aunque a veces se sufra, porque es la única manera de cambiar las cosas»⁷.

■ Un partido con «equipos»

Aun cuando la coyuntura de 2002 ofrecía oportunidades políticas favorables para los nuevos ingresantes a la actividad, no fue sencillo construir una fuerza partidaria en el farragoso contexto de entonces. Tampoco fue fácil mantener la cohesión una vez que, en 2003, el flamante partido hizo su bautismo electoral y perdió en segunda vuelta las elecciones para jefe de gobierno de la ciudad de Buenos Aires a manos de una alianza entre el gobernante partido de Aníbal Ibarra (identificado con la centroizquierda), resabio del armado político de la Alianza, y el kirchnerismo naciente.

Durante la primera mitad de 2002, Macri era, como sostuvimos, un «candidato disponible» para una serie de partidos y grupos políticos que carecían de figuras convocantes. Algunos de los posibles aliados de Macri que identificaba la prensa de aquel momento eran el ex-radical Ricardo López Murphy, la ex-ministra de Trabajo de la Alianza Patricia Bullrich, el entonces secretario de Deportes de la Nación Daniel Scioli, el ex-presidente Menem... La lista tenía cierta lógica: se trataba de dirigentes peronistas identificados con el menemismo, por un lado, y de dirigentes políticos no peronistas de centroderecha, por el otro. La relación de Macri con el peronismo menemista, por otra parte, había sido desde siempre muy cercana.

Entre la decisión que llevó a Macri a competir en las elecciones municipales de 2003 y las elecciones legislativas de 2005, PRO terminó de definir los trazos

7. «De visita en Mendoza, Macri ratificó que busca construir 'una alternativa' para 2015» en *Diario Uno*, 29/1/2012.

gruesos de sus contornos, así como los principales componentes que darían vida a la organización partidaria, a la actividad electoral y, a partir de 2007, al Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. En otro trabajo hemos identificado cinco facciones dentro de PRO: la de los dirigentes provenientes de la derecha tradicional, la peronista, la radical, la de los cuadros empresarios y la de los profesionales provenientes del mundo de los *think tanks* y las ONG⁸. Estos grupos se organizan, en los tres primeros casos, por afinidades ideológicas y tradiciones partidarias comunes; en los dos últimos, por un *ethos* común, relacionado con visiones compartidas del mundo, de la actividad política y de la propia posición dentro de esa actividad. Así, mientras las tres primeras tienden a actuar como facciones en el sentido clásico, es decir que construyen formas de coordinación para disputar el poder y lograr mejores posiciones en el partido, en el caso de las dos últimas los altos grados de cohesión socio-cultural no se traducen necesariamente en estrategias políticas comunes. Es la cercanía y aceptación casi total de las decisiones del líder, en todo caso, lo que las orienta políticamente.

En tiempos de fluidez política y fronteras partidarias borrosas, los primeros apoyos del mundo partidario más o menos estables obtenidos por la incipiente empresa macrista provinieron del personal de la derecha tradicional, que rápidamente vio en el empresario una oportunidad para reconstruir un espacio vacante luego de la crisis de Acción por la República, el partido fundado por Domingo Cavallo tras su disputa con el peronismo menemista, y del definitivo ocaso del partido de la derecha liberal representada por la Unión del Centro Democrático (UCeDé). PRO logró atraer a algunos de los partidos conservadores llamados federalistas (como el Federal y el Demócrata), a antiguos integrantes de la UceDé y a cuadros importantes del liberalismo porteño que se habían desempeñado en la última dictadura militar. En los años formativos del nuevo partido, Macri competiría por dominar ese espacio con López Murphy, quien fue candidato a presidente en 2003. La alianza con el pequeño partido de este último, Recrear, en las legislativas de 2005, terminó por concentrar a las fuerzas de centroderecha en una misma etiqueta, al menos en la capital argentina. Al mismo tiempo, de la unión entre Compromiso para el Cambio y Recrear nace el nombre PRO, en el contexto de la campaña. La creación publicitaria de un experto en marketing, que aportó también el distintivo color amarillo y el símbolo de *play* que identifica al partido, comenzó a darle un cariz festivo al macrismo que no había

8. Sergio Morresi y G. Vommaro: «Argentina: The Difficulties of the Partisan Right and the Case of the PRO Party» en Juan Pablo Luna y Cristóbal Rovira Kaltwasser: *The Resilience of the Latin American Right*, John Hopkins University Press, Baltimore, 2014, pp. 319-345.

tenido hasta entonces, volcado como estaba a demostrar sus mejores dotaciones técnicas. Con la imagen construida en torno de la sigla PRO, se avanzó entonces en una renovación de la derecha argentina para la que se abrevó, como veremos, en rituales del mundo de la empresa y del mundo del voluntariado, formas de celebración del éxito, por un lado, e incitaciones festivas a la entrega de sí como un modo de autoconstrucción moral (personas que ayudan, que se «meten», que donan tiempo y esfuerzo), por el otro.

En cuanto a los peronistas porteños, estos llegaron de un partido desmembrado. El último líder indiscutido y con capacidad de articular los diferentes grupos internos había sido Carlos Grosso, quien debió abandonar su cargo de jefe de gobierno (entonces intendente) a comienzos de los años 90 por denuncias de corrupción. En las elecciones de 2000 para jefe de gobierno de la ciudad, el Partido Justicialista (PJ) había obtenido menos de 2% de los votos. A comienzos de 2003, cuando Daniel Scioli, quien parecía ser el candidato peronista con mayores posibilidades, fue designado compañero de fórmula de Néstor Kirchner, el PJ se encontró nuevamente en una situación de orfandad, tentado de sumarse al ibarrismo o al macrismo. En ese contexto, una buena parte del peronismo cerró un acuerdo con PRO. En la campaña electoral, el ya electo presidente Néstor Kirchner definió su apoyo a Ibarra. Los apoyos macristas se dividieron aquella vez en cuatro listas, en tres de las cuales los diferentes grupos peronistas lograron colocar candidatos. Lo que comenzó siendo un asunto de supervivencia organizativa terminó por convertirse en un vínculo político estable, aunque esa construcción fue lenta. Todavía en 2007, el primer gabinete del gobierno de PRO en la ciudad de Buenos Aires no contaba con ningún ministro de origen peronista. En 2011, muchos de los dirigentes pertenecientes a esta tradición permanecían afiliados al PJ⁹. Sin embargo, tanto el éxito electoral de PRO en la ciudad de Buenos Aires como la creciente apertura de espacios de gestión en el gobierno municipal –el peronista Diego Santilli obtuvo luego un ministerio– solidificaron las relaciones.

El éxito electoral y la posibilidad de obtener espacios de poder también sedujeron a grupos dirigentes radicales. La Unión Cívica Radical (UCR) había entrado en una fuerte crisis luego de la caída del gobierno de Fernando de

El éxito electoral y la posibilidad de obtener espacios de poder también sedujeron a grupos dirigentes radicales ■

9. Los datos sobre los cuadros dirigentes de PRO provienen de una encuesta por cuestionario que realizamos junto con un equipo de sociólogos y politólogos en la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS) en 2011.

la Rúa, en diciembre de 2001. En 2003, en las presidenciales, su candidato había obtenido poco más de 2% de los votos. Por otro lado, el partido seguía dominado por los dirigentes de los años de Raúl Alfonsín, y las oportunidades de crecimiento político para las generaciones más jóvenes eran reducidas, aún más por las bajas expectativas de lograr la elección de un número considerable de legisladores. Buena parte del radicalismo decidió mantener una alianza con Ibarra, con quien había llegado al Gobierno de la Ciudad en 2000. Otro grupo prefirió seguir el camino de la consolidación identitaria y apoyó una candidatura propia, que no tuvo mejor suerte que la corrida en las presidenciales. En tanto, reproduciendo la alianza que ya existía en Boca Juniors, un sector, en buena parte liderado por el actual presidente de ese club, Daniel Angelici, se incorporó a las listas de PRO. Fueron los primeros representantes de un éxodo que aumentaría con los años y que terminaría por producir un fuerte desembarco de dirigentes intermedios radicales en el espacio macrista.

El cuarto grupo, el de los profesionales provenientes del mundo de las ONG y los *think tanks*, ingresó en PRO por dos vías principales: la contratación para la redacción de programas de gobierno en la Fundación Creer y Crecer y la fusión en ella del Grupo Sophia, que trajo decenas de técnicos dirigidos por Horacio Rodríguez Larreta –quien luego llegó a ser un importante funcionario del Gobierno de la Ciudad con Macri–. Muchos de ellos formados en universidades católicas y fuertemente comprometidos con el área social, veían en PRO una oportunidad de «meterse en política» como misión voluntaria de ayuda

social, pero al mismo tiempo como terreno de desarrollo de sus carreras profesionales.

Se trataba de un espacio que favorecía la formación de «equipos» y que daba un lugar privilegiado al saber experto ■

Se trataba de un espacio que favorecía la formación de «equipos» y que daba un lugar privilegiado al saber experto. Esa apertura se reflejaba también en la posibilidad de obtener rápidamente puestos que, en la vida política, estaban en general reservados para personas con experiencias de larga data. Una entrevistada que llegó a PRO desde una fundación afirmaba sobre el punto: «yo empiezo de una manera súper top, porque hay gente que está 30 años, 40 años en un partido político y nunca accede a una banca, digo, a cualquier tipo de Legislatura, y la verdad es que es un trato casi privilegiado, solo posible en partidos nuevos»¹⁰.

10. Entrevista personal con el autor, 11/8/2011.

El último grupo, el de los cuadros empresarios, se compone tanto de personal del grupo SOCMA que acompañó a Macri en su «salto» a la política, como de hombres de negocios convocados por su capacidad *empresadora*, o su *éxito* en alguna actividad. Su entrada fue a través de Creer y Crecer, para los más viejos, y del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires para quienes se incorporaron a partir de 2007. Se trata quizá del grupo con mayor ajenidad con la actividad política, aunque con mayores recursos en términos de diplomas y origen social. Algunos de ellos experimentan su ingreso al PRO como una conversión¹¹; otros, como un mojón en su carrera en el mundo de la gestión y los negocios¹².

En especial, aunque no solamente, en el contexto inicial de fluidez política en el que nació PRO, estas últimas dos facciones, junto con los dirigentes provenientes de la derecha, fueron las que contribuyeron más activamente a la construcción del partido¹³. Recordemos que el nuevo emprendimiento tuvo en sus inicios una amplia circulación de su personal político: la fórmula del «borocotazo», empleada por la prensa a mediados de los años 2000, daba cuenta del cambio de bloque parlamentario en la Legislatura de la Ciudad o en la Cámara de Diputados de la Nación que protagonizaron dirigentes peronistas y radicales elegidos por las listas de PRO¹⁴. A ello se sumó un conflicto generacional, que tuvo lugar en la Legislatura de la Ciudad, entre los recién llegados a la política, llamados los «Festilindo», y los de mayor experiencia, que formaron el «Grupo Nogaró»¹⁵.

11. Un dirigente empresario que ingresó en la actividad después de 2001 afirmó: «Empecé a entrar, primero con un perfil altamente técnico y después en la medida que me fui metiendo, con, digamos, o sea, en este momento te diría que tengo más un perfil político». Entrevista personal con el autor, 20/9/2011.

12. Otro dirigente empresario de reciente ingreso en la política sostuvo en este sentido: «Intuía que se trataba de algo importante desde lo profesional, en definitiva mi aporte iba a ser desde lo profesional. Claramente nunca fui pensado, al menos en las primeras instancias y creo que tampoco en el día de hoy, para resolver otras cuestiones que no tengan que ver con la gestión diaria». Entrevista personal con el autor, 11/10/2011.

13. Todavía en 2012, la mayoría de las autoridades partidarias de PRO pertenecía a las dos facciones de recién llegados a la política, y quienes provenían de fuerzas políticas tradicionales formaban parte de la facción de derecha (Federico Pinedo, Juan Curutchet, Esteban Bullrich).

14. El término refiere al ex-legislador Eduardo Lorenzo, conocido como Borocotó, quien en 2005 fue elegido en la lista de PRO y poco después se pasó al bloque del kirchnerismo [N. del E.].

15. Así se denominaban dos sectores en tensión en el bloque de legisladores porteños de PRO tras la elección de 2003. El primer nombre, «Festilindo», funcionaba como forma de descalificación de los jóvenes y los recién llegados a la política, quienes eran tratados como personas «sin experiencia», «inocentes» y poco dotados para esa actividad (*Festilindo* era el título de un programa infantil de televisión de la década de 1980); la otra denominación, en tanto, aludía a un hotel del centro de la ciudad de Buenos Aires en el que se reunía el grupo de los «políticos» del bloque (el Hotel Nogaró, situado a unos pocos metros de la sede del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, tiene la particularidad de ser uno de los puntos de encuentro preferidos por políticos de varios partidos). Nuevamente, más que la edad biológica, era la edad política –y, ligados a ella, los diferentes recursos acumulados en los recorridos disímiles de los miembros de ambos grupos– lo que estaba en la base del principal clivaje dentro del partido.

Tanto al mantener unidos los grupos heterogéneos que forman el partido como al garantizar la continuidad organizativa a pesar de los «pases» políticos, la figura de Macri se consolidó como líder indiscutido dentro del partido, y las facciones se fueron ordenando internamente en función de la aceptación de esta posición de quien es, por otra parte, la figura electoral más convocante. Con una forma de carisma alejada de los valores progresistas de la militancia y de la entrega de sí del dirigente político, Macri actúa como *team leader*, quien escucha a todos, reparte las tareas eficientemente y en sus decisiones busca siempre garantizar el éxito antes que la defensa de ideologías bien articuladas.

■ La renovación de la derecha argentina: un nuevo *ethos* político

Las dos facciones de nuevos ingresantes a la política, que representan alrededor de 50% de los cuadros políticos de PRO, son también las que ligan más orgánicamente al partido con los mundos sociales en los que se nutre de militancia, de visiones del mundo y de un *ethos* que moviliza recursos y maneras de actuar propios de actividades exteriores a la política. Frédéric Sawicki ha llamado la atención sobre la importancia de estudiar, en tiempos de debilitamiento de las estructuras organizativas de los partidos y de fuerte interpenetración entre las fuerzas políticas y el Estado (lo que Richard Katz y Peter Mair llaman el «partido cartel»), lo que define como «entorno partidario», es decir el medio social en que está implantado un partido¹⁶. Estos entornos, que llamamos aquí «mundos sociales de pertenencia», funcionan también como recursos que pueden movilizar una organización política. Recursos simbólicos (imágenes) y morales (valores) que crean complicidades –marcos interpretativos comunes– con militantes y electores: al hablarles con un lenguaje de gestión y de éxito, por ejemplo, o de entrega de sí y desinterés del voluntariado, al mismo tiempo proveen ciertos repertorios de acción, formatos de escenas y roles para actuar.

PRO se construye como grupo político enraizado en el mundo empresario, por un lado, y en el mundo del voluntariado, por el otro. De allí toma los formatos de rituales partidarios (los actos tienen mucho de la fiesta de fin de año de una gran corporación en la que el *team manager* les habla a sus empleados sobre los éxitos cosechados y los objetivos a alcanzar), valores morales (la entrega de sí en actividades voluntarias; la importancia del éxito emprendedor), modos de ver el mundo (la positividad, el cuidado de sí, que lo ha vinculado, por ejemplo, a las llamadas «nuevas espiritualidades»). En este sentido, el disfrute en el *hacer* –traducido en el eslogan «Haciendo Buenos Aires»– es una forma de emprendedorismo que gobierna buena parte de la estética y la

16. Ver F. Sawicki: *Les réseaux du Parti socialiste: sociologie d'un milieu partisan*, Belin, París, 1997.

moral partidarias. Ese hacer es, al mismo tiempo, festivo: el uso de globos, de banderines de colores, de coreografías festivas (el *flashmob*), de cotillón de casamiento o pelucas y disfraces, se liga precisamente a esta celebración de la vida plácida en una ciudad estetizada, sin violencia ni conflicto. De ese modo, PRO sortea, desde hace tiempo, definiciones ideológicas tajantes como las que tenían los partidos de derecha tradicionales. Más allá de la izquierda y la derecha, busca posicionarse como un partido que mira hacia adelante.

Construye así una ciudad emprendedora, «por proyectos», para hablar como Luc Boltanski, en el sentido de no atravesada por los conflictos de la polis. Lo público es entonces una prolongación del mundo privado, formato compatible con un partido que quiere atraer a los grupos sociales menos politizados y que, como vimos, confía en los recién llegados a la política los resortes de su vida interna. En la campaña electoral de las legislativas de 2013, los candidatos instalaban *livings* en algunos parques en los que esperaban a paseantes para conversar «como si estuvieran en su casa». También se organizaban reuniones en casas particulares, con el modelo de la venta en cadena: el dueño de casa invita a algunas personas, que a su vez traen a otras, y así se forman los vínculos de complicidad y compromiso.

En la campaña electoral de las legislativas de 2013, los candidatos instalaban *livings* en algunos parques en los que esperaban a paseantes para conversar «como si estuvieran en su casa» ■

Buena parte de las políticas públicas de PRO en la ciudad de Buenos Aires se vinculan a esta celebración de una vida plácida basada en el éxito del hacer. «Juntos podemos», dice un eslogan partidario. El anclaje en encuadramientos significativos asociados a la ecología («Buenos Aires verde»), al uso de transportes no contaminantes, al reciclaje de basura o las ferias de comidas orgánicas construye una estética del cuidado propia, al mismo tiempo, del electorado de clases medias y medias altas que son el *core* electoral de PRO desde que el partido logró penetrar definitivamente en las comunas donde hasta 2007 dominaba el voto de origen radical¹⁷. El no compromiso con el pasado, la reivindicación

17. Al analizar el voto de PRO en la ciudad de Buenos Aires se observa que, desde 2003, los porcentajes en las comunas del sur, las más populares, se mantienen más o menos estables, en tanto que son los votos en las comunas del norte y oeste de la ciudad, donde habitan los sectores medios-altos y medios establecidos, donde el macrismo más creció. Se trata precisamente del corazón del voto no peronista en la ciudad de Buenos Aires, identificado históricamente con el radicalismo.

de un mundo sin conflictos, por otra parte, al contrastar con el enmarcamiento político de la discursividad kirchnerista, contribuyó a la conquista de un electorado mayoritariamente contrario a las opciones peronistas.

■ La militancia PRO: tipos de reclutamiento y valores movilizados

La conformación de este *ethos* partidario en relación con ciertos mundos sociales de pertenencia permite a PRO definir los formatos de participación legítimos, es decir los que habilitan a construir con éxito una cierta «carrera» dentro del partido. En las entrevistas con dirigentes y militantes y en las observaciones de actividades partidarias, surgieron dos palabras claves al respecto: «emprendedorismo», por un lado, «voluntariado», por el otro. La valorización del emprendedorismo como cualidad social de una persona que, al «meterse en política», la dotaría de recursos para actuar de acuerdo con los principios que guían la acción de PRO (virtudes sociales y morales traducibles en virtud política), puede verse en el tipo de reclutamiento que el partido realiza, con intensidad variable según la coyuntura y según las estrategias de alianza de cada elección, tanto para conformar sus listas en la ciudad de Buenos Aires como para avanzar en la difícil tarea de construir una implantación nacional sin correr el riesgo de ser absorbido por estructuras tradicionales, como las del peronismo o los partidos conservadores provinciales. Veamos dos ejemplos de candidatos que Macri ha presentado públicamente a lo largo de 2014 para garantizar la presencia de PRO en todos los distritos, de cara a las elecciones presidenciales de 2015. Sobre Facundo Garretón, fundador y titular de la firma Invertir Online, hijo del empresario Luis Garretón, titular de la Bolsa de Comercio tucumana, afirmó:

Garretón es uno de esos tucumanos emprendedores, que a los 18 años empezó con un amigo a poner la primera proveedora de internet, y de ahí llegó a estar en el Foro Económico Mundial, donde fue elegido entre los 150 jóvenes líderes comprometidos a mejorar las condiciones del mundo (...). No improvisamos ni ponemos a nuestros amigos que invitamos a comer asados. En los cargos públicos tiene que haber gente capacitada para resolver los problemas de la gente.¹⁸

De Jorge Gronda, médico «de sensibilidad social», como se presentaba entonces en los medios locales, decía Macri: «está ayudando a construir la propuesta del PRO para los jujeños, él tiene un espíritu emprendedor y se tiene fe y va a transformar a Jujuy en un protagonista de esta Argentina»¹⁹.

18. Programa radial «Los Primeros», *lv12 On Line*, 15/8/2014, <www.lv12.com.ar/297531-mauricio-macri-presentara-a-sus-dirigentes-en-tucuman.html>.

19. «El PRO apuesta al 'cambio' político» en *El Tribuno*, 24/8/2014.

El reclutamiento de militantes también pasa por el emprendedorismo, pero esta vez bajo la forma de la entrega de sí, del tiempo y del esfuerzo, en actividades de voluntariado en barrios populares. En efecto, es bajo esta forma como PRO concibe el trabajo territorial, por un lado, y la organización de sus energías militantes, por el otro. Los Jóvenes PRO, una de las vías más nutridas de entrada a la militancia, organizan actividades de entrega de juguetes, alimentos, de juego y celebración del Día del Niño en diferentes barrios del sur de la ciudad de Buenos Aires, de la zona norte y noroeste del Gran Buenos Aires, de las provincias donde el macrismo comienza a construir su propio activismo... Este enmarcamiento de las actividades en términos de don de sí, así como el fomento de un *ethos* del emprendedorismo social, son compatibles por otra parte con los orígenes católicos de buena parte de los jóvenes que ingresan en el partido (una de las vías de entrada a PRO es la Pontificia Universidad Católica Argentina, en especial la sede de la ciudad de Buenos Aires), así como con la experiencia de ayuda social que realizan los colegios secundarios de clases medias-altas. En 2014, y en preparación de las elecciones de 2015, el partido inició una campaña de inscripción de voluntarios, a los que comenzó a encomendar tareas proselitistas bajo el lema «Voluntarios del cambio»: globos, banderines, sombrillas y mesas en las esquinas dan vida a esta donación de tiempo que los activistas, en su mayoría jóvenes, realizan al «entrar en política».

Una de las vías de entrada a PRO es la Pontificia Universidad Católica Argentina, en especial la sede de la ciudad de Buenos Aires ■

El 4 de octubre, al celebrarse el Día del Voluntario, los Jóvenes PRO de Hurlingham –en la provincia de Buenos Aires– escribieron en la página de Facebook de su agrupación:

Hoy es el Día del Voluntariado, el día de los que ayudan a una idea o una causa sin que nadie los obligue, sin esperar nada a cambio, sin condiciones. De alguna manera es el día de los que creen, los que tienen confianza, los que están dispuestos, los que tienen fe en los demás y sienten que tienen un rol que desempeñar para cambiar el rumbo de las cosas.

Hoy estuvimos con el PRO en más de 250 localidades. Eso fue posible porque miles de personas nos ayudaron voluntariamente a contar en las plazas y las calles nuestro sueño de algo mejor (nuestro sueño es su sueño).

¡Feliz día a cada uno de los voluntarios!²⁰

20. Fuente: <<https://es-la.facebook.com/jovenesprohurlingham>>, 4/10/2014.

El ingreso a PRO de militantes sociales pertenecientes a los sectores populares también tiende a seguir estos principios. En el barrio Los Piletones de Villa Soldati, por ejemplo, la principal referente macrista es Margarita Barrientos, quien desde mediados de los años 90 organizó un comedor comunitario y luego, sobre la base de donaciones, implementó una serie de prestaciones sociales –atención médica y odontológica, guardería infantil, biblioteca– que conformaron su fundación, construida siguiendo principios de acción del voluntariado y el mundo caritativo, distantes de los modos de movilización de una buena parte de los movimientos sociales territoriales, que centran una porción de sus energías en las demandas al Estado. Aunque su relación con el Estado de la ciudad de Buenos Aires es muy estrecha, tanto en términos políticos como de ayuda económica, y esto desde tiempos de la Jefatura de gobierno de Ibarra, en el modo en que Barrientos enmarca sus actividades se pone de relieve, en cambio, el trabajo voluntario y el rol de las donaciones privadas para garantizar el desarrollo de la *obra* y la puesta en marcha de nuevos *proyectos*.

Eso no quiere decir, desde luego, que PRO no tenga cierta base en algunos barrios populares, asentamientos y villas de emergencia, resultado de relaciones más o menos clásicas de movilización y de intercambio en las que el activismo político se articula con el *trabajo social* y las políticas sociales de asistencia tienen un rol de importancia para obtener apoyos políticos. El vínculo con algunos grupos peronistas de raigambre conservadora popular de la zona Sur, como señalamos, sumado a la relación con referentes populares disponibles para nuevas alianzas políticas luego de la crisis del ibarrismo, constituye una parte de los apoyos populares de PRO. Sin embargo, su *core* partidario está en otra parte, así como el *ethos* que prefiere favorecer –e inculcar– en sus militantes.

Con estos repertorios de acción, con estos *ethos* emprendedores y las visiones del mundo asociadas a ellos, PRO está renovando las ideas y estrategias políticas de la centroderecha argentina, y por primera vez en muchas décadas, quizá en casi un siglo, lleva a ese espacio político a convertirse en un actor competitivo. ☐