

Programa Buenos Aires de Historia Política

Foros de Historia Política – Año 2013

www.historiapolitica.com

Foro “Los costos de la política. Del centenario al primer peronismo”

Algunas hipótesis sobre los mecanismos de financiamiento político del partido radical. Las campañas electorales de 1928 y 1930 en la ciudad de Buenos Aires

María José Valdez (UBA/CEHP-UNSAM)

Las campañas electorales son momentos en los que los partidos movilizan todas sus estructuras y ponen en juego todos sus recursos materiales y discursivos de cara a la sociedad cuyo voto reclaman. Por esta razón, se convierten en momentos privilegiados para encarar un estudio sobre las prácticas, valores e imaginarios de la política.

Si la sanción de la ley electoral de 1912 tuvo un impacto significativo en la forma en que se concibieron el ejercicio del voto, la ciudadanía e, indirectamente, los partidos, creemos que la misma ley generó también algún tipo de efecto en la forma en que se desarrollaron las campañas electorales. La competencia entre partidos –elemento que venía afirmándose en la vida política porteña desde la última década del siglo XIX¹– adquirió un nuevo matiz, en tanto la ampliación del número de sufragantes fue compulsiva y, por tanto, la necesidad de llegar a una mayor cantidad de posibles votantes se tradujo en una presión para aquellas agrupaciones que pretendían gozar del favor del electorado.

Es por ello que, desde nuestra perspectiva, las campañas electorales se fueron convirtiendo (desde la sanción de la ley Sáenz Peña en febrero de 1912) en una de las

¹ Sabato, Hilda, *La política en las calles. Buenos Aires, 1862-1880* (Buenos Aires: Sudamericana, 1998). Paula Alonso, «La reciente historia política de la Argentina del ochenta al Centenario», *Anuario IEHS* 13 (1998).

claves centrales para entender la forma en que se construyó la ciudadanía porteña. En ellas se pusieron en juego prácticas, se construyeron redes y se utilizaron otras ya existentes, se convocó a la participación y se interpeló al conjunto de la población (fueran o no votantes) al tiempo que se trató de seducir a los electores.

Pero al mismo tiempo, emprender la realización de una campaña electoral suponía afrontar toda una serie de gastos. Si el objetivo era “convencer” al electorado para recibir su favor en las urnas, de alguna forma había que lograrlo, no sólo discursivamente sino, también, a través de elementos materiales que lo “sedujeran”². La realización de una conferencia o una velada artística en las puertas de un comité, de un centro o en un teatro; la convocatoria a una jornada recreativa para la familia; la proyección de una película desde un camión frente a las puertas de un local político; la impresión de volantes, afiches o carteles: todo esto suponía una erogación de dinero – creemos de relativa significancia– para aquellos partidos o grupos que, en una ciudad en constante crecimiento, se lanzaban a la lucha electoral.

El objetivo de las páginas que siguen es, por tanto, comenzar a pensar uno de los aspectos menos estudiados por la historiografía argentina sobre esta problemática para las primeras décadas del siglo XX: la cuestión del financiamiento de la política. Para ello, tomaremos como objeto dos campañas electorales impulsadas por el radicalismo (en especial el de vertiente personalista pero no sólo) de la ciudad de Buenos Aires, aquella que culminó con la elección de Hipólito Yrigoyen para un segundo mandato presidencial en abril de 1928, y la campaña para la renovación parcial de la Cámara de Diputados de marzo de 1930.

Mucho se ha planteado sobre el apoyo que, desde el gobierno, se brindó al partido radical para su financiamiento político. En esta ocasión, el foco del análisis estará puesto en echar luz sobre otros mecanismos menos “formales” que permitieron al partido desarrollar su actividad preelectoral. Al mismo tiempo, se prestará atención a los principales rubros financiados que permitieron al radicalismo desarrollar su campaña.

² Alonso, «La reciente historia política de la Argentina del ochenta al Centenario». En este trabajo la autora ha mostrado cómo ya desde fines del siglo XIX en la capital federal, era común que los días de elección, los diversos grupos políticos organizaran actividades sociales como los famosos asados con cuero para adular a sus votantes.

Las campañas electorales de 1928 y 1930: entre la tradición y la modernización del proselitismo

El 1º de abril de 1928 la ciudadanía porteña fue convocada para elegir electores a presidente y vice, diputados nacionales y un senador nacional. Al mismo tiempo, en los restantes 14 distritos del país se eligieron los mismos cargos, excepto el de senador. Los candidatos principales para la renovación del Poder Ejecutivo fueron, por la UCR personalista, Hipólito Yrigoyen y Francisco Beiró; por el Frente Único –que impulsaba la candidatura de los líderes del radicalismo antipersonalista, agrupación surgida producto de una división ocurrida en el seno del partido en el año 1924- Leopoldo Melo y Vicente Gallo; por su parte, el Partido Socialista impulsó las candidaturas de Mario Bravo y Nicolás Repetto.

Esta elección mostró, por un lado, una rotunda victoria electoral del radicalismo personalista en todo el país; por otro, la amplia participación que la misma implicó, además de la expectativa creada a su alrededor. Pero en lo que concierne a la renovación de la primera magistratura del país puso de manifiesto la polarización existente en torno a la figura de Hipólito Yrigoyen.

Estos aspectos conjugados transforman en atractiva dicha elección; pero el cariz particular que cobró la misma en la capital le añadió otros elementos que la convirtieron en un objeto de análisis interesante y por demás complejo. En primer lugar, fue la primera vez que en una elección presidencial se enfrentaron el radicalismo personalista con la fracción antipersonalista. En segundo lugar, el Partido Socialista se prestó a participar en el comicio con una importante merma en sus filas, producto de la división sufrida en agosto del año anterior, que había marcado la aparición del Partido Socialista Independiente. Pero en tercer lugar, y quizás el más importante, la campaña electoral en el distrito se presentó dinámica, conflictiva, intensa, con un alto grado de participación de la población y de un conjunto de instituciones que no se definían exclusivamente en términos políticos³.

En 1930 la situación era bastante más preocupante, no sólo en el plano económico-social sino también en el político. Promediando la campaña electoral para la renovación parcial de la Cámara de Diputados (comicio que se realizaría el 2 de

³ Sobre la campaña electoral de 1928 y los aspectos aquí mencionados, véase María José Valdez, «El “plebiscito” de Hipólito Yrigoyen: La campaña electoral de 1928 en la ciudad de Buenos Aires vista desde La Época», *Población y Sociedad. Revista regional de Estudios Sociales* 19, nº 1 (2012): 75–103.

marzo), los diarios recogían casi a diario denuncias por irregularidades, disturbios, abusos del oficialismo radical en casi todas las provincias, y aunque en la Capital casi no se produjeron hechos de violencia, el clima general sí era intimidante⁴: a los efectos de la crisis económica en ciernes se sumaban a la falta de actividad del Parlamento, la sucesión de intervenciones federales y los conflictos dentro del oficialismo⁵.

Este fue el clima que enmarcó la campaña electoral de 1930: los diarios (sobre todo *La Nación* y *La Prensa*) daban cuenta frecuentemente de éste, denunciando los mismos e instando a la ciudadanía a ejercer el voto como manifestación de repudio a la acción del Gobierno. Esto se percibió claramente ante dos acontecimientos: el primero de ellos fue la agresión a conservadores en la localidad bonaerense de Lincoln, que culminó con heridos y muertos⁶; el segundo, el asesinato de presos bloquistas en la provincia de San Juan⁷: las acusaciones se dirigían de manera efectiva hacia el Ejecutivo nacional. En relación a la Capital los enfrentamientos más serios de los que informaba la prensa se produjeron durante el acto de cierre realizado por los socialistas independientes. Durante el desfile automovilístico realizado por el centro de la ciudad algunos simpatizantes y militantes fueron agredidos a balazos por radicales que vitaban por el presidente Yrigoyen.⁸ Pero el hecho no pasó a mayores.

Más allá de que ambas campañas muestran el cambio del clima político, social y económico general –aspectos que no deben pasarse por alto– en esta ocasión el interés está colocado en los elementos a partir de los cuales el radicalismo realizó su campaña. En cierta medida, estos elementos muestran la forma en que los partidos en general comenzaron a hacer uso de, por un lado, los nuevos medios de comunicación y divertimento, como la radio y las proyecciones cinematográficas; por el otro lado, la incorporación de otros elementos novedosos –resultado de la transformación industrial– como las avionetas para la distribución de volantes o los modernos automóviles para la

⁴ A fines del año anterior se había producido el asesinato de Carlos W. Lencinas, quien había sido electo senador nacional por Mendoza en 1928 pero que no había podido asumir su cargo. La campaña estuvo marcada por este hecho y por otros ocurridos –sobre todo– en las provincias intervenidas por el gobierno radical.

⁵ En el transcurso de la campaña electoral, los dirigentes del antipersonalismo de la capital decidieron no presentar candidatos a diputados para no dispersar a las fuerzas de la oposición.

⁶ “La impresión pública”, *La Nación*, 16/2/1930, p. 6.

⁷ “El país reclama hechos sin tardanza”, *La Nación*, 23/2/1930, p. 8.

⁸ “Anoche se realizó el desfile automovilístico organizado por los socialistas independientes”, *La Nación*, 27/2/1930, p. 12.

realización de caravanas por las calles céntricas de la ciudad⁹. Así como otros aspectos urbanos se vieron afectados por los efectos de la modernización y el consecuente crecimiento urbano¹⁰, desde la perspectiva que aquí se sostiene las campañas electorales también lo fueron.

Ejemplo de dicha transformación son los rubros que los partidos comenzaron a financiar en sus campañas electorales. Desde comienzos de la década de 1920, la incorporación de películas cinematográficas como medio de propaganda en el marco de las conferencias realizadas por los partidos se convirtió en uno de los elementos significativos de la actividad precomicial. Los radicales ya habían hecho uso de las mismas durante la campaña presidencial de 1922, con la proyección en las sucesivas conferencias realizadas en la ciudad de dos películas en particular: “Los talleres de Taffí Viejo” y “La cordillera de los Andes, actualidades y caricaturas animadas”. En 1927, en el marco del XIX Congreso Nacional del Partido Socialista, la Federación Socialista de la Capital informaba sobre los gastos de propaganda que había demandado la campaña electoral del año anterior en la ciudad. En la rendición de cuentas pueden observarse los rubros que había comprendido dicha actividad. La mayor cantidad había correspondido a la propaganda mural; en segundo lugar se ubicaba la escrita; en tercero la oral, y el cuarto lugar había sido ocupado por la propaganda cinematográfica:

⁹ Los socialistas independientes incorporaron –en 1930– la caravana automovilística por las calles céntricas de la ciudad en el acto de cierre. Quienes querían participar de la misma debían estar registrados, pues se les asignaba un número y una ubicación determinada. Concurrieron a la misma tanto los camiones de propaganda del partido como ‘autocars’ de excursión, camiones, autos particulares y de alquiler. “Anoche se realizó el desfile automovilístico realizado por los socialistas independientes”, *La Nación*, 27/2/1930, p. 12.

¹⁰ En su último trabajo, Lila Caimari muestra cómo incluso las prácticas delictivas parecieran dar cuenta de los aspectos no deseados de dicha modernización urbana. Lila Caimari, *Mientras la ciudad duerme. Pistoleros, policías y periodistas en Buenos Aires, 1920-1945*, 1ra ed. (Buenos Aires: Siglo Veintiuno Argentina, 2012).

Costo de la campaña electoral nacional de 1926

(Informado por la Federación Socialista de la Capital)

Depuración del padrón	\$ 85,55
Asamblea local	\$ 399,85
Proclamación	\$ 1353.-
Propaganda luminosa	\$ 550.-
.....aérea	\$ 470.-
.....radiotelefónica	\$ 200.-
.....cinematográfica	\$ 1631,35
.....mural	\$ 5325,30
.....oral	\$ 2288.-
.....escrita	\$ 3211,60
Boletas de voto	\$ 850.-
Carteles de tela	\$ 491,80
Bandas de música	\$ 2649.-
Subcomités	\$ 520.-
Subvenciones a los centros	\$ 540.-
Movilidad	\$ 2192,80
Fiscalización y escrutinio	\$ 2208,50
Personal extraordinario	\$ 378.-
Varios	\$ 548,85
Total	\$ 25893,60

Fuente: Actas del XIX Congreso Ordinario del PS (XXIV Congreso Nacional), 1927.

Durante la campaña electoral de 1928, ambas fracciones del radicalismo en confrontación hicieron uso de este medio como mecanismo propagandístico. Los

personalistas de la 4ta circunscripción realizaron una velada cívica en el Cine Teatro Irala, en la que desarrollaron un programa artístico y cinematográfico¹¹; un mes más tarde, el Centro Cultural Dr. Hipólito Yrigoyen de Nueva Pompeya convocaba a participar en una función cinematográfica y de variedades¹² a beneficio de su caja social en el Cine Teatro Odeón. El 17 de marzo, *La Época* informaba sobre la velada popular que, tres días más tarde, se realizaría en el teatro Variedades sito en Lima 1615, velada en la que se proyectaría la cinta “Actualidad Política”, cedida por el Comité de Cinematografía Argentina, formado para apoyar la candidatura de Yrigoyen en la ciudad. Además, se mencionaba la proyección de películas cómicas entre discursos y la música de los himnos nacional y radical¹³. Por su parte, el comité de la capital del radicalismo antipersonalista anunciaba en las páginas de un periódico que “desde el lunes próximo, circulará por todos los barrios un camión de propaganda, desde el cual se proyectarán películas, con motivos sobre el actual momento político”¹⁴.

Dos años más tarde el informe de la Comisión de Propaganda (presidida por el Dr. Gerónimo Grisolia) del Comité de la Capital del radicalismo personalista señalaba, en relación a la campaña electoral que había estado desarrollando el partido, la importancia que –desde su perspectiva– habrían de cobrar a futuro las proyecciones de películas en el desarrollo de las sucesivas campañas electorales. Elemento asociado con la modernización, las películas ilustrativas para acompañar las conferencias debían considerarse un elemento de importancia capital a la hora de transmitir las ideas de una determinada fuerza política:

(...) la Comisión, dentro de los recursos puestos a su disposición por la mesa Directiva, ha procurado hacer una labor efectiva (...) usando todos los medios que la experiencia aconsejaba e **incorporando con carácter permanente elementos modernos que hoy son el eje en torno al cual gira toda propaganda eficaz**. Las conferencias radiotelefónicas y **la exhibición de películas cinematográficas ilustrativas, complemento este último de las conferencias callejeras** a cargo del cuerpo de oradores, nos permiten aventurar que en el futuro no será posible prescindir de esos medios que se adaptan perfectamente a las

¹¹ “Unión Cívica Radical”, *La Época*, 9/1/1928, p. 2.

¹² “Unión Cívica Radical”, *La Época*, 8/2/1928, p. 2.

¹³ “Gran actividad despliega el radicalismo en su propaganda de la Capital”, *La Época*, 17/3/1928, p. 3.

¹⁴ *La Prensa*, 10/2/1928, p. 14.

necesidades de toda campaña política. Ha merecido también especial cuidado todo lo que se relaciona con la propaganda mural por medio de carteles, y en esta oportunidad se ensayó con todo éxito el affiche en colores (litografiado), complemento innegable de aquellos, pues él permite la presentación gráfica de las ideas temáticas que son la base de toda campaña electoral, desarrollada por un partido responsable y poderoso.¹⁵

En esa misma Memoria se informaban los sitios en los que se habían dado las diferentes funciones cinematográficas entre el 30 de enero y el 28 de febrero. Las mismas se habían realizado en los centros neurálgicos de las distintas circunscripciones, contabilizándose un total de 63 proyecciones en 29 días, a un promedio de dos proyecciones diarias.

Otro de los elementos que se incorporaron a lo largo de la década como medio de proselitismo fueron las conferencias radiofónicas. Los avisos se sucedieron en los diferentes periódicos durante los años '20. En los casos que estamos analizando, los personalistas anunciaron la realización de conferencias radiotelefónicas sobre temas relativos a la política del gobierno¹⁶ durante la campaña de 1930. Dos años antes, se notificaban para el 26 de enero las conferencias del diputado Leopoldo Bard y el Dr. Ricardo J. Batallé en Broadcasting L.O.X. "Radio Cultura"¹⁷. Incluso algunos de los actos anunciados en las páginas de *La Época*, como el realizado en el Teatro Cómico el 28 de enero de 1928 fueron transmitidos por la misma emisora.

A todos estos elementos novedosos deben sumarse otras formas más "tradicionales", propias de las campañas de propaganda del período. En ese sentido, las menciones al asado con cuero y payadas en la inauguración de un subcomité personalista¹⁸, la impresión de afiches de propaganda –que, en el marco de la campaña electoral de 1928 llevó a una verdadera "guerra de afiches" en las calles de la ciudad, denunciada principalmente por los socialistas en las páginas de *La Vanguardia*, con menciones incluso a ataques realizados contra fijadores de carteles de su propio partido

¹⁵ "Informe de la Comisión de Propaganda", en *Memoria de la Campaña electoral de Marzo de 1930*, UCR, Bs. As., 1930, p. 6. El resaltado es nuestro.

¹⁶ "Movimiento Político", *La Nación*, 21/1/1930, p. 10. La misma información se repite el día 9/2 y el 13/2.

¹⁷ "Unión Cívica Radical", *La Época*, 26/1/1928, p. 3.

¹⁸ "En una vibrante asamblea partidaria quedó inaugurado anoche el subcomité Villa del Parque", *La Época*, 21/1/1928, p. 12.

y supuestamente, perpetrados por miembros del personalismo con anuencia de la policía de la capital¹⁹– fueron otra de las maneras en que los partidos intentaron seducir a sus posibles votantes.

Ahora bien: una vez señalados la forma en que las dos facciones radicales llevaron adelante sus campañas políticas queda en pie una pregunta sustancial. ¿De qué manera, a qué factores recurrieron para financiarlas? Este es el aspecto sobre que intentaremos comenzar a desentrañar en las páginas que siguen.

El financiamiento de las campañas: lo que las fuentes nos permiten avizorar

En un ya más que clásico artículo²⁰, David Rock había señalado la importancia que en los años de los gobiernos radicales (sobre todo en las dos presidencias de Yrigoyen) había tenido el incremento del presupuesto, sobre todo en lo que refiere a los nombramientos realizados en la administración nacional. En cierto sentido, el autor señalaba que a partir de 1912, y sobre todo desde el triunfo radical ocurrido cuatro años después, la compra de votos había sido sustituida por la política del patronazgo, es decir, por el otorgamiento de cargos en la estructura del Estado. Esta política, tíbiamente aplicada en los comienzos de la primera presidencia radical, se habría profundizado desde 1918 antes los –según Rock– fracasos de la política de gobierno en atraerse la confianza y el apoyo de sectores trabajadores. Así, habría comenzado a producirse el despido de grupos de trabajadores (por ejemplo, en la Aduana) para reemplazarlos por hombres nombrados desde los comités.

Cierto es que, al analizar los expedientes del archivo del Ministerio del Interior para el período que nos ocupa, puede observarse un fuerte crecimiento en los nombramientos realizados, sobre todo en la Dirección Nacional de Correos y Telégrafos. Pero por otro lado, la mayor cantidad de dichas designaciones se realizaron para cubrir diversos cargos en el interior del país, y no especialmente en la ciudad de

¹⁹ Estos aspectos han sido analizados por Marianne González Aleman en su tesis doctoral, en especial en el capítulo 2: “Le ‘moment’ 1928: la campagne électorale, la rue et la perte du consensus”, p. 154 y ss. “*Virils et civilisés*”. *Citoyenneté et usages politiques de la rue à Buenos Aires (1928-1936)*. Agradezco especialmente a la autora el haberme facilitado su tesis doctoral recientemente defendida para su lectura.

²⁰ David Rock, «Machine Politics in Buenos Aires and the Argentine Radical Party, 1912-1930», *Journal of Latin American Studies* 4, n.º 2 (noviembre 1972): 233–256.

Buenos Aires²¹. Además, esto sólo no indica nada acerca de la manera en que los partidos podían financiarse. Ciertamente es que podría suponerse que, a cambio de obtener empleo en una dependencia estatal, dicho empleado estaría “obligado a ceder” una parte de su sueldo para el sostenimiento de la estructura del partido.

Eso podría –incluso– plantearse en lo que refiere al sostenimiento de las actividades “cotidianas” de un partido. Pero es poco probable que esta fuera el mecanismo principal a partir del cual los partidos se financiaban, sobre todo a la hora de encarar las tareas que implicaba una campaña electoral. Pero igualmente, este fue un –aparentemente– argumento esgrimido por los propios radicales personalistas en el marco de la campaña electoral de 1930. *La Nación* señalaba que

Los dirigentes radicales personalistas, como era fácil preverlo, se negaron a formular declaraciones y a hacer pronósticos públicos sobre los próximos comicios de la Capital (...)

No creen, desde luego, en una derrota. Pero admiten que ganarán la mayoría por una cantidad de votos inferior a la de 1928. Saben que el partido ha disminuído considerablemente su fuerza de arrastre en la metrópoli (...). Descuentan también, por lo menos **para compensar los efectos de las cesantías, la influencia que tendrá la serie de nombramientos que se preparan, así como los ya efectuados.**²²

Incluso, un argumento similar volvió a esgrimirse en las siguientes semanas; en las editoriales de *La Nación* era común observar la idea de que, en el contexto de la crisis económica que atravesaba el país, el reparto oficial de cargos tenía una gran trascendencia. Lo que se desprendía de esto era, en consecuencia, una fuerte presión oficial sobre todo en las provincias: parecía entonces, que era demasiado lo que se estaba poniendo en juego en dicha elección.

Un mes más tarde, incluso, el argumento se repitió, incluso sugiriendo que esta manera de actuar era una forma remozada de prácticas de antaño, como la compra de

²¹ Esto resulta de la consulta realizada en los legajos del Ministerio del Interior para los meses de enero a abril, tanto de 1928 como de 1930.

²² “Los personalistas no mantendrán los 126.000 votos del año 1928”, *La Nación*, 11/1/1930, p. 1. El resaltado es nuestro.

votos, en la medida en que mediaba el dinero a cambio de la supuesta adhesión al oficialismo.²³

Igualmente es preciso realizar una serie de aclaraciones, sobre todo en lo que refiere a las fuentes. Excepto los socialistas, de quienes se han podido conseguir –al menos parcialmente– datos desagregados sobre los rubros de financiamiento de diferentes campañas electorales en la ciudad de Buenos Aires, en el caso del radicalismo sólo hemos podido conseguir, hasta el momento, la ya citada Memoria correspondiente a la campaña electoral de 1930. E incluso en este caso, sólo se informa en la última página el monto total de lo gastado durante la campaña, que alcanzó en ese entonces \$56.500 m/n, es decir, más del doble de lo gastado por el Partido Socialista en su campaña de cuatro años antes (cfr.). Pero incluso en este caso, si bien se daba cuenta del monto total, este no estaba desagregado: simplemente se señalaba que “En esta suma está comprendido el costo de la confección de affiches, carteles, boletas para el comicio, servicio cinematográfico, camiones, grandes cartelones colocados en diversos lugares de la Capital, etc., y de todo el material empleado para obtener una perfecta propaganda”²⁴. Esto significa que, efectivamente, no puede estimarse cuánto del monto total fue desembolsado en cada rubro indicado.

El segundo problema refiere a la forma en que fueron obtenidos dichos fondos. En la Memoria anteriormente mencionada, nada refiere a la manera en que el radicalismo personalista financiaba sus actividades propagandísticas. Pero a pesar de ello algunas sugerencias puede brindarnos el mismo artículo de Rock previamente citado.

En él el autor señalaba que eran los caudillos barriales del radicalismo quienes, durante las campañas electorales, financiaban actividades recreativas para los miembros del comité y sus posibles votantes y que, en ocasiones, contaban con el apoyo de los “ricos” asociados a los comités locales. Incluso Rock señalaba que algunos de estos caudillos escalaron posiciones: ya para 1918 algunos de ellos (como Nicolás Selén, Pedro Bidegain, Leopoldo Bard, Diego L. Molinari, entre otros) habían alcanzado un escaño en la Cámara de Diputados. Puede suponerse, entonces, que parte del financiamiento de la campaña electoral proviniera de su propio peculio.

²³ “Medios de presión”, *La Nación*, 12/2/1930, p. 6.

²⁴ *Memoria de la Campaña electoral de Marzo de 1930*, UCR, Bs. As., 1930, p. 26.

En sus diferentes papeles de diputados, candidatos y miembros del partido, estos hombres participaban de las diferentes actividades proselitistas, por ejemplo en la apertura de locales partidarios (*La Época* resaltó la presencia de Bard en la conferencia que, el 22 de enero de 1928, se brindó en Juan B. Alberdi 6063), así como varios de los subcomités inaugurados durante la campaña fueron bautizados en honor a ellos e, incluso, algunos fueron designados como miembros honorarios de dichos subcomités. Pero igualmente, la prensa periódica poco informaba sobre el origen de los recursos monetarios con los que contaba el radicalismo para emprender sus campañas electorales e, incluso, si estos individuos ayudaban al financiamiento de las actividades programadas y llevadas a cabo.

En el caso del radicalismo antipersonalista, la situación es más complicada. Igualmente, dos elementos encontrados hasta el momento pueden ayudarnos a observar algunos mecanismos utilizados durante el período.

Muchas veces se ha mencionado la vinculación entre actividades delictivas o ilícitas y la política. Al respecto, Diego Mauro ha realizado, para el caso de la provincia de Santa Fe, una exhaustiva investigación gracias a un corpus documental rico en denuncias²⁵. En el caso de la ciudad de Buenos Aires, dos denuncias registradas por los diarios *La Nación* y *La Época* mostraban algunos de estos vínculos. En ellas, se señalaba que la policía había encontrado alrededor de sesenta hombres dedicados al juego ilegal en locales del radicalismo antipersonalista. Algunos de ellos tenían antecedentes judiciales por uso indebido de armas de fuego e, incluso, habían sido acusados de participar en el ataque a tiros contra miembros del personalismo capitalino.²⁶

Pero ha sido otra fuente la que nos ha permitido indagar sobre otros mecanismos de financiamiento de un partido que, como el antipersonalismo, se encontraba fuera de la estructura de gobierno, aunque con lazos con algunos miembros importantes de la administración Alvear.

En otras ocasiones hemos hecho referencia al caso de Asdrúbal Figuerero, un hombre que originariamente se encontraba cercano al Partido Demócrata Progresista, y

²⁵ Diego Mauro: "Las tramas subterráneas de la política II. Prácticas clandestinas y financiamiento (1918-1932), en su tesis doctoral *Los rostros de la política. Reformismo liberal y política de masas. Santa Fe, 1921-1937*.

²⁶ "Una agencia de redoblones y quinielas funcionaba anexa al comité central de los traidores", *La Época*, 18/3/1928, p. 12; "Ha sido allanado un comité independiente", *La Nación*, 12/3/1928, p. 7.

que a mediados de la década de 1920 se había alejado de dicha estructura (coincidiendo con la desaparición del partido en la capital) para luego vincularse, desde un lugar de supuesta “independencia” al antipersonalismo de la ciudad.²⁷ En 1930, en tanto miembro del Comité Radical Acción, era uno de los encargados de revisar los recibos emitidos por la Tesorería de dicha agrupación, recibos que eran entregados al cobrador quien, a su vez, era el encargado de recaudar el dinero correspondiente. Entre las personas consignadas en la lista de personas a cobrar se encontraban, entre otros, Rómulo S. Naón, José Camilo Crotto, Leopoldo Melo, Leónidas Anastasi, Arístides Orsolani y el general Agustín P. Justo. En todos los casos, se indicaba el lugar en el que debía cobrarse, ya fuera en el comité o en una dirección particular. En el caso del general Justo, se consignaba especialmente que el encargado de cobrarle al general era el propio Figuerero.²⁸

Aunque las cuotas cobradas eran bajas (las mismas oscilaban entre \$1 y \$10 m/n, siendo esta última la que abonaba, justamente, el gral. Justo) dan cuenta de los vínculos monetarios entre algunas personalidades del antipersonalismo y un hombre con capacidad de montar una máquina puesta al servicio del mejor postor como el propio Figuerero. Al mismo tiempo, esto muestra la persistencia de ciertas prácticas que en los estudios sobre prácticas electorales, se encontraban asociadas al período previo a la sanción de la ley Sáenz Peña.

Otra manera en que puede observarse el contacto entre importantes dirigentes del antipersonalismo y los miembros del Comité Radical Acción es el pedido que, durante el año 1929, desde la secretaría de dicho espacio político se realizara a los Senadores nacionales para colaborar monetariamente con la realización de un acto en “contra [de] la política de avasallamiento de las autoridades provinciales por el Presidente de la República y para proclamar el fiel cumplimiento de la Constitución Nacional”²⁹; una carta similar fue dirigida a los Diputados nacionales. Si bien esta misiva no corresponde a ninguna de las dos campañas electorales analizadas, puede

²⁷ María José Valdez: “Las asociaciones en la vida política porteña, 1910-1930”, ponencia presentada en el IX Congreso Nacional de Ciencia Política, 19 al 22 de agosto de 2009.

²⁸ Sobre los vínculos entre Figuerero y Justo, véase Luciano de Privitellio, «Sociedad urbana y actores políticos en Buenos Aires: el “Partido Independiente” en 1931», *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana «Dr. Emilio Ravignani»* Tercera Serie, n.º 9 (1er Semestre 1994). En referencia a los cobros consignados, véase Fondo Asdrúbal Figuerero, sin clasificar.

²⁹ Nota dirigida al Señor Presidente del Bloque de Senadores radicales, 17/6/1929. Fondo Asdrúbal Figuerero, sin clasificar.

suponerse que epístolas similares pueden haber circulado durante los períodos precomiciales.

A lo largo de las páginas precedentes se han intentado esbozar algunas ideas sobre la cuestión del financiamiento de la política en la década de 1920 en la ciudad de Buenos Aires. En primer lugar, se ha hecho referencia a los rubros a los que los partidos comenzaron a prestar atención y a dedicar cada vez mayor cantidad de sumas de dinero en el contexto de las campañas electorales. Las conferencias radiofónicas y las proyecciones cinematográficas fueron las que comenzaron a cobrar cada vez más importancia. Esto mostraba los efectos que la modernización estaba teniendo en el desarrollo de las campañas electorales. A su vez, su utilización como acompañamiento de las conferencias no implicaba el abandono de otras formas más usuales de propaganda política; en todo caso, lo que mostraba era la incorporación de estos elementos en un ámbito nuevo, el de la política.

En segundo lugar, se ha intentado avanzar en la explicación de las formas en que el radicalismo buscó financiar sus campañas electorales. Es claro –y posible de suponer– que el ser gobierno desde 1916 implicaba la cercanía a un conjunto de recursos oficiales que –más allá de los nombramientos a los que pudieran acceder determinado conjunto de militantes radicales– podían ser utilizados para la propaganda electoral. El otro elemento que permite indagar sobre los mecanismos de financiamiento fueron los contactos entre dirigentes de los comités locales y las primeras o segundas líneas del partido que, a su vez, cumplían funciones como representantes en algunas de las dos cámaras nacionales. Esto puede verse tanto en el caso de los antipersonalistas como en el del personalismo.

Por último, otro elemento que permitiría vislumbrar otro de los posibles mecanismos de financiamiento es la clásica asociación entre prácticas ilegales y política, como las denuncias de juego ilegal que se realizaron en el marco de la campaña electoral de 1928 contra dirigentes del antipersonalismo. Si bien de este tipo de denuncias se tiene mayor conocimiento en el interior del país, es plausible pensar y suponer que este tipo de prácticas continuaron funcionando y existiendo en la política de la ciudad como mecanismo de financiamiento de prácticas políticas. En todo caso, será cuestión de poder indagar en otro conjunto de fuentes (judiciales, por ejemplo, o policiales) que permitan identificar este tipo de formas de hacer política.