

Nombre y Apellido: Pamela Sosa

*Afiliación institucional: Becaria UBACyT, Instituto Gino Germani,
Facultad de Ciencias Sociales, UBA.*

Correo electrónico: pamesosa@hotmail.com

Propuesta temática: eje N° 11. Actores,

*Título de la ponencia: “Actores sociales, relaciones y clientelismo
político en Argentina a partir de la década del 80”*

I. Introducción:

¿Por qué el clientelismo?

Iniciar una búsqueda en torno del clientelismo y, particularmente, sobre sus consecuencias en el análisis empírico ha sido, sin dudas, un desafío. El lector no encontrará en este trabajo una descripción de la extensa literatura sobre el clientelismo, sino, un análisis minucioso de dos reconstrucciones sobre el funcionamiento de este fenómeno en el caso argentino, que a nuestro juicio condensan, obrando como muestra, las visiones más completas y complejizadas de los análisis teóricos del clientelismo. El núcleo fundamental de nuestro trabajo fue reconstruir de una manera clara y detallada el conjunto de posiciones estructurales y las relaciones que entablan los actores que participan de las relaciones clientelares. Qué actores son los que participan de las redes, qué y cómo se intercambia, quienes y cómo intervienen, y en consecuencia, que tipo de relaciones entablan; fueron algunas de las preguntas que guiaron el análisis.

Hay dos decisiones que quisiéramos explicitar en esta introducción. En primer lugar, hemos elegido los enfoques del clientelismo porque sus análisis de los nuevos vínculos y dinámicas políticas a partir de la década del 80` en la Argentina dan cuenta de la existencia de actores sociales concretos, ubicados, por un lado, en desiguales posiciones en el espacio social, y por otro, con distintas posiciones en un campo político en proceso de fragmentación y/o descomposición. La identificación de actores y de relaciones es, a

nuestro juicio, un paso fundamental para no quedar presos del análisis de las formas y, en el mejor de los casos, cómo se expresan las relaciones de dominación.

En segundo lugar, si bien el lector encontrará una referencia general a otros autores que retoman la problemática, hemos elegido, para realizar el análisis, los trabajos de Javier Auyero, *“La política de los pobres. Las prácticas clientelistas del peronismo”* y de Steven Levitsky, *“La transformación del justicialismo. Del partido sindical al partido clientelista”*. Nuestra arbitrariedad en la profundización de estos autores tuvo que ver, en el caso de Auyero, por la complejidad teórica con la que piensa un tipo particular de relación de dominación, a partir de múltiples dimensiones, entre actores políticos y sectores populares. Por otro lado, el aporte de Levitsky, nos ha permitido incorporar a la relación entre actores políticos y sectores populares, una dimensión más de la dominación política: la implicada en las relaciones entre actores políticos. En otras palabras, si Auyero aborda el problema clásico de la dominación entre elites y masas, Levitsky incorpora dimensiones que nos permiten empezar a interrogarnos sobre las relaciones de dominación en los distintos niveles de los elencos políticos.¹

Un breve estado de la cuestión

Gran parte de los estudios sobre el clientelismo aborda la relación entre sectores populares y actores políticos como una forma particular de articulación entre sistema político, estado y sociedad. Es quizás la distinción de O’ Donnell (1997), entre las dimensiones formales e informales de las instituciones democráticas latinoamericanas, la que brinde un marco general para el análisis de relaciones políticas “informales”, casi evitadas por los enfoques que se centran en las normas formales de los sistemas políticos. Su análisis constituye un antecedente fundamental para situar los trabajos del clientelismo político en los estudios del funcionamiento la democracia.

Las discusiones teórico-metodológicas que atravesaron a la noción de clientelismo pueden sintetizarse dentro de un conjunto de dimensiones como: objetivo-subjetivo, tradicional-

¹ Este trabajo forma parte de la construcción del estado de la cuestión del proyecto de mi tesis doctoral, “Relaciones entre coaliciones políticas en contextos de fragmentación del campo político. El caso del Frente para la Victoria, 1989-2006”.

moderno, estructuralismo-interaccionismo, normativismo-instrumentalismo y universal-particular. Dos trabajos sintetizan muy bien estas tensiones que atraviesan el concepto: Los trabajos de Farinetti, “*Clientelismo y protesta. Cuando los clientes se revelan*” (Farinetti, 1998) y el de Auyero “*Las dos vidas del clientelismo político*”. Sin embargo, no nos centraremos en estas discusiones, ya que, consideramos que los trabajos sobre el clientelismo en Argentina han superado ampliamente esas dicotomías, a partir de la denuncia de estas tensiones teóricas y a partir de sus respectivas investigaciones empíricas. Nuestro análisis, como anunciamos anteriormente, está más interesado en identificar cuáles son los actores que participan en las relaciones analizadas en los trabajos del clientelismo en Argentina, y cómo se reconstruyen los espacios de posiciones en sociedades fragmentadas.

Otros autores han realizado análisis empíricos sobre el clientelismo en Argentina. El trabajo de Trotta (2003) desarrolla cómo las formas particulares de implementación de los programas estatales han dado lugar a una nueva forma de clientelismo denominado “institucional”. Secundariamente Svampa y Martuccelli utilizando la noción de clientelismo “afectivo” como efecto de las transformaciones en el peronismo. Por último, es particularmente interesante, el análisis de Farinetti (1998) sobre las relaciones entre clientelismo y protesta expresado en su estudio sobre los levantamientos populares en Santiago del Estero en 1993.

II. Clientelismo político: ¿entre quienes?

Si bien una mirada superficial sobre los estudios académicos sobre el clientelismo político identificaría a patronos, mediadores y clientes como los actores principales que participan en esta relación, una mirada más profunda rebela que esta implica una mayor multiplicidad de actores y de relaciones. Como primera aproximación a las miradas más complejas sobre el clientelismo, en este apartado nos proponemos describir cómo distintos autores definen las redes clientelares como un conjunto de *posiciones estructurales que incluye a diferentes actores*.

La mayoría de la literatura sobre este tema, en el caso argentino, identifica al clientelismo como una práctica política ligada a los sectores populares (Svampa, 1997; Auyero, 2001;

Trotta, 2003; Farinetti, 1998). Desde estas perspectivas, la privación material y de protección que caracteriza a los sectores más afectados por el desempleo estructural y el empleo informal generados por el retiro del mercado y, por otro lado, la degradación del sistema de educación, de salud y de vivienda producto del desmantelamiento del estado de bienestar populista, constituyen la tierra fértil para la propagación de las prácticas clientelares. Si bien con algunos matices, los analistas coinciden en que el clientelismo, en el marco de la privación material, supone la circulación de bienes materiales o favores en un sentido (de patrones y mediadores a “clientes”), y la concurrencia a actos o “supuesto” apoyo a través de votos en otro sentido (de clientes a patrones y mediadores). No hay un acuerdo homogéneo sobre si la mera visualización de esa circulación es suficiente para explicar las causas de las prácticas que se observan y si el apoyo político en los distritos implicados, es una consecuencia del reparto de favores y bienes. (Auyero, 2001: p. 29)

Para el caso Argentino, el trabajo que, a nuestro juicio, mejor describe la multiplicidad de actores involucrados en relaciones políticas clientelares es el trabajo de Javier Auyero “*La política de los pobres. Las prácticas clientelísticas del peronismo*”. A partir de un estudio de caso en una Villa del Conurbano Bonaerense en el año 1996, el autor analiza “*la creciente superposición de las redes informales de supervivencia y ayuda mutua y las redes políticas identificadas con el partido peronista y el conjunto de representaciones culturales que emerge de este proceso*”.(Auyero, 2001: p.41)

Las prácticas clientelares, en este estudio de caso, se desarrollan en el plano municipal. Estas representan un vínculo político entre sectores populares, potenciales clientes, y los funcionarios municipales como actores ubicados en la escala superior de la relación. En este espacio de intercambio, Auyero describe la existencia de cuatro tipos de actores que intervienen en la relación: los funcionarios (en este caso el intendente); el mediador; el círculo íntimo del mediador; y el círculo externo del mediador. Todos tienen distintas posiciones en la red, según distintos tipos de *funciones*.

El funcionario, es aquel que posee el control sobre los recursos e inicia el proceso de reparto y circulación de bienes entre algunos mediadores (y no otros). Puede haber más de un funcionario que intervenga en el territorio, por ejemplo un concejal, que esté apostando al desarrollo de una carrera política. Los mediadores, o brokers cumplen una función que es articular lo local (generalmente su lugar de pertenencia) con lo externo, funcionan como

bisagras. Lo que los distingue de sus clientes es la tenencia de mayor capital social (La cantidad de recursos derivada de las conexiones y de la pertenencia a cierto grupo). Cada mediador peronista dice tener “su gente”, en su “territorio”, en el que dice ser “gobernante” (p.105). Los mediadores tienen dos tipos de círculos que los rodean, constituidos por distintos tipos de lazos, y que constituyen las relaciones que conforman la red (Auyero, 2001: p.104-105). El círculo íntimo, tienen lazos densos e intensos con el mediador. Los lazos se extienden más allá del momento fugaz en que se realiza la transacción, “*La transacción fundacional se convierte en lazo y estos se concatenarán en redes* (Auyero, 2001: p.109). Generalmente conocen al mediador desde hace mucho tiempo, usualmente comparten lazos familiares o de amistad. La expectativa de trabajo, es uno de los sedimentos más importantes en este círculo. Un círculo puede tener a su interior otros círculos, dirigidos por mediadores que responden y consiguen recursos del círculo íntimo de otro mediador. La magnitud del círculo íntimo es un indicador de la fortaleza de un mediador. En el círculo externo, los lazos con los mediadores son ocasionales e intermitentemente activados (Auyero, 2001: p.109). Lograr la lealtad y el apoyo político del círculo externo (votos) es el objetivo fundamental del mediador.

Existen otros tipos de análisis que retoman el clientelismo político incorporando otras dimensiones de intercambio que exceden el nivel municipal, e incorporan otros actores además de los denominados “sectores populares”. El análisis más representativo para el caso argentino, es el análisis del partido peronista que realiza Steven Levitsky, “*La transformación del justicialismo. Del partido sindical al partido clientelista, 1983-1999*”. Teniendo como objeto principal la organización del justicialismo, analiza su transformación de un partido sindical a un partido clientelar resaltando el carácter informal de la organización del PJ.

Desde su perspectiva las relaciones de patronazgo (sinónimo de clientelismo) involucran no sólo el nivel barrial de las Unidades Básicas (el plano que analiza en profundidad Auyero), sino también el plano municipal, provincial y nacional. Desde nuestro punto de vista esta perspectiva ha sido muy enriquecedora para el análisis del funcionamiento del sistema político en otros planos, que exceden el plano barrial y municipal (local).

En su análisis, las Unidades Básicas son las intermediarias entre los barrios y las facciones o agrupaciones locales. Estas afilián y participan en las internas y las generales. Su

principal capital son los votos que controlan para la interna, son las que tienen relación directa con las bases sociales (Levitsky, 2005: pp.86-90). Las agrupaciones son las organizaciones que se sitúan en el plano municipal y se componen por un conjunto de unidades básicas, algunas más o menos estables, que responden políticamente a las agrupaciones. Es a los representantes de estas a los que denomina “punteros”. La agrupación es la mediadora entre la UB (dimensión barrial) y la conducción partidaria local. Generalmente son controladas por funcionarios públicos, concejales, legisladores provinciales/nacionales, sindicalistas, etc., representantes de la política provincial. (Levitsky, 2005: pp. 91-96) Las facciones o líneas internas provinciales son las que desde un plano superior en la jerarquía interactúan con las agrupaciones. Involucran el plano provincial de la política, son creadas y dirigidas por funcionarios públicos de nivel nacional como gobernadores, miembros del gabinete nacional o provincial y/o legisladores. El nivel de centralización de la organización provincial tiene que ver con la competencia interprovincial. Generalmente, afirma el autor, allí donde se instala un jefe político en el gobierno y “controla” todos los recursos consolida “aparatos” clientelares en toda la provincia. (Levitsky, 2005: pp.98-99)

En la escala superior de esta organización, en el plano nacional, no hay un centro. El órgano formal de este partido, que es el consejo nacional es sólo una organización virtual. Esta distinción no es menor para el análisis del desarrollo político de PJ, ya que la ausencia de una organización formal burocrática, en todos los niveles (característica principal de este partido) es causa y consecuencia de una organización fragmentada y descentralizada con ausencia de lazos horizontales. Esto implica que existe una autonomía relativa en los distintos planos de la organización, las organizaciones de base son “relativamente autónomas”, hay autonomía mutua en el plano local, provincial y nacional. La ausencia de una rutina, la flexibilidad y la autonomía en los planos organizacionales caracterizan a esta organización informal, no burocratizada, y como veremos en el siguiente apartado, constituye la base, la tierra fértil para el desarrollo de las prácticas políticas clientelares. (Levitsky, 2005: p. 99)

En síntesis, retomando estas dos perspectivas, observamos que en términos de *posiciones estructurales* se pueden identificar actores que participan en distintos planos de la política, no sólo el plano territorial o barrial, sino un conjunto de intercambios entre actores

ubicados en posiciones diversas en la jerarquía política nacional. Por otro lado, incorporamos un nuevo actor clave en el desarrollo de la política clientelar territorial, el círculo íntimo del mediador, que como veremos cumple un rol fundamental a nivel organizacional.

III. (Qué) y entre (quienes) intercambiamos

En este apartado describiremos muy generalmente qué es lo que circula, dicho en otras palabras, cuál es la moneda de intercambio en las relaciones clientelares y qué tipo de relaciones entablan los actores según las funciones y posiciones en la red o en las distintas jerarquías de partido.

La disponibilidad y el control de determinados recursos (ahora veremos cuáles) y la posición en el conjunto de relaciones sociales es una dimensión fundamental para determinar las relaciones de poder. Si en el apartado anterior dimos cuenta de un análisis de estructura *de posiciones* según las *funciones* de los actores, en este daremos cuenta de un espacio de posiciones según el *tipo de relaciones que entablan los actores* (competencia, cooperación, subordinación) a partir la *cantidad* y la *especificidad* de los recursos que disponen. Debemos tener en cuenta que esta distinción de las relaciones sociales sigue siendo la dimensión objetiva de las relaciones de poder clientelares. Por objetiva entendemos las estructuras y prácticas visibles de este tipo de intercambio, que no da cuenta del carácter subjetivo o de las representaciones que dan sentido a estas prácticas y las potencian.² Sobre esta dimensión volveremos en el apartado siguiente.

Diferentes tipos de relaciones entre distintos actores

Teniendo en cuenta los actores descriptos en el apartado anterior, si analizamos sólo la política local o territorializada, los actores entablan cuatro tipos de relaciones de poder que se expresan en la red. En primer lugar, están las **relaciones entre mediadores, mediadores dependientes y clientes**. El poder del mediador se deriva de su posición en la red y de la

² Para un debate sobre las dimensiones subjetivas y objetivas del clientelismo político y sus fundamentos teóricos, ver Javier Auyero, *La doble vida del clientelismo político*, en *Sociedad* N° 8, Abril de 1996.

posición de la red misma en la estructura social de la villa. En la medida en que los habitantes de la villa dependen del mediador para obtener recursos materiales e información, se puede decir que gozan de “poder posicional” (Auyero, 2001: p.112). Hay distintos bienes de intercambio en esta relación, varían desde información de cuáles son los horarios de reparto de mercadería en el municipio, algún remedio, alimentos, etc. en el caso de un cliente. Si el que recibe es un mediador, el bien generalmente posee un valor mayor aunque no necesariamente (generalmente es así) un valor económico. Por ejemplo, la posesión de una línea de teléfono en un contexto de ausencia de este bien, funciona como multiplicador de capital social, muy atractivo para un mediador.³

El segundo tipo de relación de poder son **las relaciones de los mediadores con su círculo íntimo**, en esta *“La capacidad de los mediadores de “servir” a su círculo íntimo depende en la etapa en la que están o, lo que viene a ser lo mismo, de la posición que tienen en la estructura del juego político local. Para expresarlo de otra manera, la cercanía al centro de poder (el intendente), determina el mejor acceso a sus recursos, y por tanto a la (mejor o peor) asistencia a los seguidores”*. (Auyero, 2001: p.114) Esta cercanía al centro de poder (acceso a recursos) es la variable fundamental de su posición, que determina la cantidad y calidad de recursos que controla. La segunda variable es la regularidad con que se reparten los bienes, elemento fundamental de su prestigio para sostener a su círculo íntimo e instrumento fundamental para llegar a una potencial clientela. La tercera variable es el tipo de bien que reparten a este círculo. La posibilidad o expectativa de conseguir un trabajo es un sedimento fundamental en estas relaciones, la estabilidad y autonomía económica que brinda un trabajo, es un valor trascendente en este contexto de carencias diversas. Otros bienes, pueden ser funciones fundamentales de reparto en puestos claves de la política barrial que les brinden prestigio a los integrantes del círculo íntimo.

En segundo lugar, están las **relaciones entre los mediadores**. Estos actores pueden competir entre sí, trabajar el uno para el otro, o colaborar entre sí. Estas tres modalidades se pueden cumplir incluso si pertenecen al mismo patrón, por ejemplo el intendente. Depende del tipo de relación que tengan los mediadores el vínculo entre los círculos íntimos de cada uno será de competencia, cooperación o subordinación. Otros elementos de diferencia entre los mediadores no es sólo el tipo de relaciones que tienen entre sí, sino el

³ Para diferentes ejemplos de los bienes particulares de un círculo íntimo, ver. Pag. 108 de Auyero.

poder diferencial que poseen. Este depende de su posición en el juego político local, su etapa en la carrera política, la dimensión de su círculo íntimo y su potencial clientela, cuatro indicadores del poder diferencial de un mediador. Esto implica, en la generalidad de los casos, disputarse el territorio con otros que respondan a un mismo patrón o a otro patrón, en busca de posicionarse mejor en esos cuatro tipos de indicadores.

Por último, en cuanto a la política “territorializada” están las **relaciones entre los mediadores** (de la villa) **con referentes políticos o funcionarios del campo político local** (la intendencia). Los actores externos pueden ser un candidato a intendente (que puede ser concejal), el intendente, un diputado, un candidato a diputado nacional que sea diputado provincial, etc. que tenga capacidad de movilizar recursos con alguna regularidad y que tenga interés en tener presencia política en un territorio para posicionarse políticamente. El aliado externo del mediador y la cantidad y calidad de recursos que le habilite y el momento de su trayectoria política (si está ascendiendo o descendiendo en el campo político local) son indicadores del “momento” en la trayectoria del mediador interno. (Auyero, 2001: pp.116-117) La moneda fundamental en esta relación, “el botín” de los mediadores, es el control sobre los planes de asistencia como, en el caso analizado por Auyero, el plan Vida y el programa de comedores comunitarios (Auyero, 2001: p.117) Controlar la distribución de un plan, es multiplicar cantidad de relaciones, aumentar el círculo íntimo, y en consecuencia, potencialmente ampliar la clientela.

Para explicar la dominación, en el plano objetivo de las relaciones, entre “tenedores de problemas” (particularmente su círculo interno) y “resolvedores de problemas” Auyero utiliza la noción de constelación de intereses de Weber definida como una forma de dominación está *“basada en la influencia derivada exclusivamente por la posesión de bienes y habilidades vendibles garantizadas de alguna forma y actuada sobre la conducta de aquellos dominados quienes permanecen formalmente libres y están motivados simplemente por la prosecución de sus propios intereses”* (Auyero, 2001: p.128)

Los mediadores del PJ, en su carrera política, tratan de acumular la mayor cantidad de poder político que pueden y de mejorar las posiciones en el campo político local. Al acumular recursos e información vital se convierten en “resolvedores de problemas” y algunos se transforman en cuasimonopolios (Auyero, 2001: p.129). Al buscar la realización

de sus intereses (monopolizar el control de la entrega) aumentan su capacidad de limitar las posibilidades de los “detentadores de problemas”. Debemos agregar, aclara Auyero, que esto no significa que busquen dirigir directamente las acciones de la gente pobre que necesita recursos, lo que Weber denomina “*dominación en virtud de la autoridad, esto es, poder de dar ordenes y deber de obedecer*” (Auyero, 2001: p.129)

En el caso del análisis de Levitsky debemos tener en cuenta las transformaciones fundamentales que afectaban internamente a la organización del partido justicialista en la década del 80'. La base de la transformación de esta organización informal de masas fue potenciada por un cambio en la correlación interna del partido producto del desgaste de la influencia sindical y el rol político desarrollado por la fracción renovadora del partido, conocida como la Renovación Democrática.

La eliminación del tercio como forma de selección interna de dirigentes y candidatos y la implementación de las elecciones internas fue la tierra fértil del desarrollo de las relaciones de patronazgo en esta organización. (ver tercio) Esta eliminación de una regla que regulaba corporativamente los cargos, puso el poder en quien controla los votos, y fue la aceptación implícita por parte del movimiento sindical de que” *los dirigentes políticos tenían derecho a elegir qué dirigentes sindicales figurarían en las listas*” (Levitsky, 2003: p.162) La estrategia de la renovación como fracción política en su puja con la fracción ortodoxa del sindicalismo, fue apelar a el desarrollo de la política territorial, a partir del acceso a los cargos públicos logrados a partir de elecciones ganadas por sectores medios e independientes y (nuevos) pobres urbanos como expresión de un nuevo tipo de votante. El acceso a gobernaciones, intendencias y cargos legislativos, y el acceso a las estructuras del estado como formas de financiamiento político les permitieron autonomizarse del poder de movilización e infraestructura que representaban los sindicatos en las bases del peronismo. Este nuevo escenario, inauguró, a nuestro juicio, dos tipos de relaciones entre los distintos tipos de actores de esta estructura informal, descentralizada y vertical, relaciones de competencia y relaciones de intercambio vertical (patronazgo).

Las Unidades Básicas, representantes del espacio territorial, son las que afilian y controlan los votos para las internas y generales. Su principal capital son los votos que controlan para la interna. Estas organizaciones de base compiten y usan ese capital para lograr que los punteros de las agrupaciones les den puestos públicos y cargos estatales. Pero también para

financiar la UB, conseguir alimentos, etc. Las agrupaciones, representadas en los punteros, situadas en el plano municipal, acuden a los funcionarios provinciales o municipales (políticos de nivel provincial) para que les brinden cargos, a cambio de su control sobre determinada cantidad de votos (apoyo generado previamente por las UB). En este caso, los funcionarios pertenecen al plano municipal y provincial, pueden ser concejales, intendentes, diputados provinciales, etc. En consecuencia, el puntero compite con otros punteros por el dominio territorial a través del control y/o apoyo de las Unidades Básicas, tipo de capital que les sirve para “ser” elegido por un patrón político.

En el plano provincial se da la misma dinámica, las facciones partidarias controlan recursos y carreras políticas, gobernadores, diputados nacionales, etc. (políticos de nivel nacional) controlan cargos y recursos y, en consecuencia, controlan la adjudicación de los mismos a determinadas agrupaciones que ofrecen sus ofrendas (votos). En el plano nacional, la ausencia de una estructura burocrática que regule la carrera política, como en el resto de los planos, configura una organización descentralizada, fragmentada y con ausencia de lazos verticales y horizontales. La dirección del partido es asumida informalmente por el poder ejecutivo nacional, cuando este partido está en el gobierno. El control nacional de los recursos del estado permite, según Levitsky, el control casi directo de las fracciones y los líderes provinciales a través de relaciones de patronazgo.

En síntesis, para comprender las relaciones objetivas entre estos distintos planos organizacionales del partido justicialista, presentados por el autor, debemos entender la idea de **autonomía de los niveles** y la **homogeneidad en el tipo de relación** que atraviesa los niveles partidarios. Repasando, hay autonomía relativa entre la UB, la agrupación, las fracciones provinciales y el partido nacional (descentralizado). Entre estos distintos niveles jerárquicos se entablan relaciones de patronazgo, que pueden variar, según quien controle eventualmente los recursos estatales y cargos. Los actores de los distintos planos pueden “arreglar” con el mejor postor sin romper ninguna relación de lealtad, en este sentido este partido tiene fluidez burocrática interna (Levitsky, 2003: p. 116).

Quisiéramos resaltar, a partir de una segunda lectura de su análisis de la estructura partidaria, que su descripción indaga sobre relaciones de patronazgo a nuestro juicio novedosas, aquellas entabladas **entre funcionarios**. Esto quiere decir, que de su análisis podemos desprender una dimensión novedosa del clientelismo político o del intercambio

político entre actores desiguales, que incorpore relaciones clientelares no sólo entre elites y masas sino entre actores de elites políticas. En otras palabras, relaciones de patronazgo entre funcionarios del plano nacional, provincial y municipal, vinculadas a los planos principales de estas distintas dimensiones de la jerarquía.

IV. El sentido ideológico-simbólico de la dominación. Quienes y cómo movilizan a quien.

En este apartado intentamos reconstruir cuáles son los discursos, los significados y el sentido de las acciones en los distintos planos de las relaciones que estos autores presentan. Para completar el análisis de posiciones estructurales según funciones, bienes de intercambio, y relaciones objetivas, aquí indagaremos sobre la dimensión subjetiva e ideológica de la dominación. Nuevamente los análisis de Auyero y de Levitsky nos han servido para proponer miradas relativamente diferentes sobre la dominación y el sentido (subjetivo) más o menos determinado (impuesto) de las acciones. En consecuencia, con la incorporación de esta dimensión de las relaciones entre distintos actores, estaremos en condiciones de completar la definición teórico-conceptual que los autores tienen sobre el clientelismo.

El intercambio sin discursos y la acción con sentido material, tradicional e ideológico

En términos de Levitsky, el legado de la renovación peronista (MRP), un mecanismo electoral (no corporativo) para la selección de dirigentes y candidatos, y la fragmentación política organizativa del sindicalismo fueron dos elementos fundamentales en la aparición de la política clientelar. En términos del autor: *“Para triunfar en las elecciones internas se requería una infraestructura capaz de conquistar votos, lo cual promovía que tanto dirigentes como militantes se organizaran en torno a la distribución de los favores, menudos típicos de la política de patronazgo”*(p.170) Las posiciones en el estado empezaron a ser objetivos claros para la construcción de poder y *“la consolidación de los liderazgos basados en el patronazgo se convirtieron en el vínculo principal entre el PJ y sus activistas”* (Levitsky, 2003: p.170)

De esta definición se desprende su **visión conceptual del clientelismo**. Desde su perspectiva el clientelismo *“es un patrón informal de organización política, en el cual los recursos del estado, en especial los empleos públicos, son la principal moneda de intercambio político entre los actores partidarios de mayor y menor nivel”*, por otro lado, *“El clientelismo se diferencia de los denominados aparatos partidarios en que en estos el poder está relativamente concentrado en una conducción única, mientras que en el clientelismo hay situaciones en que el poder está relativamente fragmentado y descentralizado”* (Levitsky,2003: p. 170) La idea de descentralización es fundamental para el autor, ya que, son las relaciones de patronazgo las que estructurarían la organización frente a la ausencia, en el caso del peronismo, de una burocracia partidaria que le de sustento a la organización y que funcione como sedimento de sus relaciones internas. Como observamos, su definición de clientelismo el intercambio es *“ideológicamente pragmático”*, ya que el cemento de la relación no implica un dominio simbólico o una construcción discursiva de la legitimidad de los vínculos de desigualdad subyacentes. Pese a este carácter extremadamente objetivista de las relaciones, insistimos en que su análisis tiene la ventaja de incorporar más actores a las relaciones clientelares. Como afirmábamos anteriormente, el patronazgo se ejerce en toda la jerarquía de partido, no sólo entre funcionario y militante o entre militantes, sino que incorpora las relaciones entre funcionarios como formas particulares de relaciones de patronazgo, aunque no de cuenta del formato discursivo o simbólico de este tipo de relación. Por otro lado, el desarrollo más minucioso de su análisis queda supeditado al vínculo de los funcionarios, punteros y los militantes, la trilogía básica de los estudios del clientelismo político.

Por otro lado, siguiendo con el análisis de Levitsky, existen **tres tipos de vínculos políticos**, que expresan distintos sedimentos (simbólicos-ideológicos) de las relaciones entre los actores de la trilogía: vínculos clientelistas, tradicionales y modernos. Los integrantes de las organizaciones clientelistas o basadas en intercambios materiales tienen un vínculo pragmático con sus pares o superiores, las relaciones se basan en estrategias de maximización de beneficios y pueden estar lideradas por advenedizos, cuyo único objetivo es conquistar votos y cargos públicos. Su tipo ideal es el empresario político. (Levitsky, 2003: p.285) En las organizaciones tradicionales la relación entre los punteros y militantes se fundan por antiguos lazos personales y son lideradas por viejos militantes. Las

modernas, también son lideradas por viejos militantes, sus activistas comparten amistad u objetivos ideológicos y el tiempo (y las estrategias) generalmente se usa en los procedimientos internos del partido o en las actividades políticas vinculadas con cuestiones ideológicas. (Levitsky, 2003: p.287) Tres casos representativos de consolidación del clientelismo fueron el caso de Duhalde en la provincia de Bs. As.; el caso de Pierri en el gran B. As. y el caso de Grosso en Capital Federal.

Según el autor, en la década del 90` los recursos de patronazgo eran la principal moneda de cambio intrapartidaria, 2/3 de las UB eran dirigidas por activistas con cargos públicos y en 1/3 había dos activistas o más que también poseían cargos. En algunas zonas, afirma, *“el clientelismo prevalecía hasta tal punto que la frontera entre el partido y los cargos públicos eran poco claras”* (Levitsky, 2003: p. 272) Esta línea se rompe, por ejemplo, cuando una agrupación depende de algún área particular del estado, como era, al momento del análisis de caso, el caso de la agrupación Libertadores, en la que todos sus integrantes dependían de cargos en el ministerio del Interior (Levitsky, 2003: p.272).

Los perfiles de las agrupaciones también daban cuenta de la convivencia de peronismos disímiles en las organizaciones de base frente a la transformación clientelar. El 38, 6 % de las UB eran clientelistas, sostenidas sólo por beneficios materiales; el 40, 6% eran tradicionales, en las que los vínculos entre puntero y militante eran personales y; en tercer lugar, las modernas sumaban sólo el 21, 8% y eran sostenidas por un vínculo ideológico. Sin embargo, todas recibían algún tipo de financiamiento o ayuda material (Levitsky, 2003: pp.275-276) Esta coexistencia de microperonismos con distintos perfiles ideológicos fue posible por la autonomía mutua entre las organizaciones de base y los planos locales, provinciales y nacionales. Esto permitió que, junto al menemismo, coexistieran agrupaciones “nacionalistas”, “populistas tradicionales” e inclusive “socialistas”, dando lugar a distintas formas de distinción política en la competencia por la obtención de votos. (Levitsky, 2003: p. 276)

Para sintetizar, la visión de las relaciones de poder en el caso de Levinsky se reduce a la acumulación de recursos de patronazgo (cargos y recursos estatales). La incorporación del sentido del vínculo político que entablan las organizaciones de base, tradicionales, modernas o pragmáticas, responden más un tipo de sentido de la acción que a los discursos ideológicos impuestos por la estructura de relaciones. Desde la perspectiva del autor la

relación clientelar queda definida como un intercambio desigual entre partes “secularizado” de cualquier lazo ideológico.

Los discursos y su formato como expresión de una relación

En cuanto a la dimensión ideológica de las relaciones, el análisis de Auyero sobre la implementación del plan Vida y del programa de comedores comunitarios en la provincia de Bs. As., da cuenta del trabajo discursivo y de construcción de representaciones del mundo que media entre las relaciones entre los diferentes actores que participan de las redes clientelares que involucran a los sectores populares.

El ejercicio discursivo **de patrones a mediadores y de mediadores al círculo íntimo**, es representado a partir de la relación entre Chiche Duhalde (Directora del plan vida y el programa de comedores infantiles), actuando como patrón; las coordinadoras distritales y territoriales del plan, actuando como mediadoras; y las manzaneras actuando como círculo íntimo. El discurso sostenido por la directora del plan vida está orientado a legitimar y dotar de significado a la participación (gratuita) de las manzaneras en el plan (estas rondan las 10.000 en toda la provincia). La particularidad del discurso oficial (del punto de vista) tiene la particularidad de construir un discurso político que niega su origen político. De hecho, el mensaje oficial recalca todo el tiempo que el plan no tiene que ver con la política, tiene “imparcialidad política”, no debe ser contaminado por la política, sino que pertenece a la acción y el trabajo social. Ligado al amor e identificado con valores de solidaridad “vecinal y maternal”, el discurso oficial también construye (y justifica) la personalización de la entrega, ya que identifica el plan no con el gobierno provincial y sino por la pareja de los Duhalde.

El formato del discurso es una pieza fundamental de la legitimación política. Para explicarla, Auyero recurre a la idea de performance, que representa todas aquellas prácticas y significados que rodean el acto de dar y que recrean imágenes del pasado (Auyero, 2001: p.135). Los mediadores convierten a través de una determinada performance, el acto de dar el bien o favor como un acto de amor, convierten este acto desinteresado de amor como un acto peronista. La personalización de la distribución de bienes, los significados del peronismo y el rol de Eva como imagen inspiradora de las

construcciones de performance quedan ligados al trabajo social en contraposición a la política. La teodicea de su posición, se construye a través de la presentación de su “verdadero ser peronista”, su elección por el trabajo social ligado a una trayectoria de amor por los pobres, las acciones solidarias, etc., todas características que se contraponen y diferencian del tradicional trabajo político de negociaciones, competencia, arreglos espurios, etc. (Auyero, 2001: p.159)

Este trabajo de (auto) representación de las imágenes de las mediadoras y su carácter “de amor” en contraposición al carácter “interesado” de las relaciones tiene que ver con lo que Auyero denomina trabajo simbólico de eufemización. Este concepto refiere a las formas de violencia simbólica en el intercambio de obsequios elaboradas por Bourdieu, este afirma: *“el trabajo requerido para ocultar la función de los intercambios es un elemento tan importante como el trabajo requerido para llevar a cabo la función”*. (Bourdieu citado en Auyero, 2001: p.160). Este trabajo simbólico intenta *“transmutar, mediante la ficción sincera de un intercambio desinteresado, las inevitables-e inevitablemente interesadas-relaciones de reciprocidad electivas”*.

La recepción del discurso: clientes lejanos, clientes cercanos

El impacto del discurso del “punto de vista oficial” que convierte un discurso político en a-político y le brinda un carácter “personalizado” a los intercambios, tiene diferentes impactos en los círculos más o menos alejados del centro de poder expresado en la figura del mediador.

La recepción del discurso del **círculo íntimo** puede ser expresada en las opiniones de las manzaneras, grupo que generalmente está unido por lazos fuertes al mediador. Por un lado, la mayoría de las manzaneras (son 23 en la villa) rechaza el carácter político del plan, asociándolo con ayuda social, trabajo social no interesado, etc. Por otro lado, las mismas le adjudican el crédito del funcionamiento del programa a la buena voluntad de la familia Duhalde o a Chiche que *“a diferencia de los políticos siempre cumple”* (Entrevistada citada en Auyero, 2001: p.126). De hecho, 21 de las 23 manzaneras votaría por Duhalde si este se presentaría en las próximas elecciones. Cabe resaltar que este grupo de mujeres fueron reclutadas, fueran o no peronistas, por los punteros, lo que implicó un

reconocimiento social (un aumento en su capital social) por sus nuevas funciones en el abastecimiento y reparto de bienes fundamentales para los integrantes de la villa.

Así como los actores que participan del círculo íntimo del mediador están más impregnados, o influidos directamente por el discurso de los mediadores, aquellos que forman parte de **círculo externo** no necesariamente adhieren y asumen el discurso de los mediadores. De hecho, como Auyero lo demuestra en su análisis, en muchos casos tienen una mirada crítica sobre los mediadores, algunos afirman que la gente es “*usada*” por políticos “*corruptos*” o aseveran que “*no hay suficientes actos en el mes para alimentar a una familia*” (Entrevistados citados en Auyero, 2001: p.170).

El autor concluye a partir del análisis, que los actores que están más cerca del centro del poder (el mediador) son aquellos que adhieren y asumen como legítimo el discurso oficial. Contrariamente, a medida que se alejan del centro tienden a ser más reacios y críticos al discurso de los mediadores, generando discursos de queja generalmente ligados a la insuficiencia de los recursos repartidos, sin que el reparto personalizado y la distribución de bienes a través de redes políticas sean cuestionados. (Auyero, 2001: p.189)

Esta diferencia en los “puntos de vista” de los distintos círculos de los mediadores es un punto fundamental en el análisis de Auyero sobre el clientelismo político (y su existencia como tal) y nos brinda datos fundamentales para problematizar los análisis del sistema político y los determinantes del voto. El análisis de los supuestos “clientes” sin lazos directos con el círculo íntimo del mediador, le evidencian al autor la dificultad de pensarlos como “*un electorado extenso y cautivo*” poniendo en duda la “*conquista del voto*” y la “*generación del consenso electoral*” que generalmente se asocia al clientelismo (Auyero, 2001: p. 195). Radicalizando su apuesta concluye que si el concepto clientelismo es usado se debe restringir sólo al círculo íntimo del mediador, a aquellos que si bien de una manera inestable o más o menos variable, mantienen lazos fuertes con el mediador y consideran legítimas (en el sentido weberiano) sus acciones (Auyero, 2001: p. 195). Por último, quisiéramos resaltar, que este círculo íntimo no sólo implica votos (aunque sólo de un pequeño grupo) sino que le da al PJ una fortaleza fundamental en lo organizativo dotándolo de una estructura partidaria con un nivel poderoso de penetración y presencia territorial en poblados distritos (electorales).

V. Conclusión:

Desde nuestra perspectiva, consideramos que los dos análisis explorados constituyen investigaciones que aportan dimensiones novedosas para la comprensión del campo político argentino en proceso de fragmentación.

En primer lugar, ambos ponen en el centro de la discusión, aunque desde enfoques muy disímiles, cómo funcionan las instituciones políticas frente a la pérdida de condiciones económicas e institucionales homogéneas (producto del retiro del estado de bienestar y del mercado) por un lado, y frente a la disolución de identidades colectivas e ideologías partidarias tradicionales, por el otro.

En segundo lugar, nos parece muy enriquecedor, sobre todo en el caso de Auyero, cómo el trabajo reconstruye la existencia de relaciones políticas de dominación a partir de la identificación de actores sociales concretos con posiciones homogéneas en el espacio social y en el campo político, que sin autorepresentarse como “colectivos” mantienen relaciones políticas personalizadas pero no por eso menos determinadas por su contexto de relaciones.

Otro aporte fundamental de los autores es describir qué acciones ponen en juego los actores en la competencia política en este escenario de fragmentación y personalización. De hecho, con respecto a este punto, por lo menos desde nuestra perspectiva, tienen la virtud de debatir implícitamente la tensión existente entre la competencia política y la dominación política en este contexto histórico particular.

En tercer lugar, el efecto de las transformaciones pareciera ser el aumento del nivel de secularización (de las anteriores ideologías) y la invasión de acciones políticas más vinculadas a la maximización de votos que a lealtades partidarias. En este caso, pese a que los análisis se centran solo en el PJ, este funcionamiento pareciera estar más ligado al nuevo sentido de las acciones políticas y a la tarea de los partidos en sociedades social y políticamente fragmentadas, que a una herencia del pasado peronista que determine ese tipo de acciones.

Por último, la incorporación de Levitsky de la noción de patronazgo a todos los planos de la jerarquía política y la identificación de los niveles de las relaciones que involucran a los actores de los elencos políticos, ha sido una invitación a pensar cuáles son los

determinantes de las relaciones de poder dentro de las elites políticas y cómo se expresa la tensión entre dominación y competencia en ese plano de la política.

VI. Bibliografía:

Auyero Javier, (1996): “La doble vida del clientelismo político” en *Sociedad N° 8*, abril.

- (comp.)(1997): *¿Favores por votos?* Losada. Bs. As.

-(2001): *La política de los pobres. Las prácticas clientelistas del peronismo*. Manantial, Bs.As.

Farinetti Marina (1998): “Clientelismo y protesta: cuando los clientes se revelan” en *Apuntes de investigación*, N° 2/3, noviembre, Año II.

Levitsky Steven, (2003): *La transformación del justicialismo. Del partido sindical al partido clientelista: 1983-1999*. Siglo XXI Editora Latinoamericana, Bs. As.

Livskyc Pablo, (2005): “Los múltiples rostros del clientelismo” en *Ciencias Sociales N° 61*, diciembre.

Martuccelli Danilo y Svampa Maristela (1997): *La plaza vacía. Las transformaciones en el peronismo*. Losada, Bs. As.

O’ Donnell Guillermo (1997): *Contrapuntos. Ensayos escogidos sobre autoritarismos y democratización*. Paidós. Bs. As.

Trotta Miguel (2003): *Las metamorfosis del clientelismo político*. Espacio, Bs. As.