

COMENTARIO

Relaciones, cada día

Javier Auyero

Han pasado diez años desde la publicación de *La política de los pobres* —15 desde que comencé el primer estudio etnográfico sobre “clientelismo político” en Argentina— y lo que el libro identificó como una ausencia generalizada de estudios sobre el tema en el país ya no es tal. Durante la última década se han multiplicado los estudios sobre la cuestión, dando lugar a lo que Szwarcberg (2010: 142) denomina un “inusitado interés” por el clientelismo y las máquinas políticas (Calvo y Murillo, 2004; Stokes, 2005; Remmer, 2007; Weitz-Shapiro, 2006; Giraudy, 2007; Szwarcberg, 2010). Los artículos presentados en este *dossier* dan cuenta no sólo de este renovado interés, sino de la creciente sofisticación teórica y rigurosidad empírica con la que se está tratando un tema que se niega a desaparecer —como predecían los que vinculaban el clientelismo con la modernidad— tanto de las discusiones académicas como de las dinámicas políticas en las sociedades contemporáneas. De estos artículos surgen, explícita o implícitamente, dos lecciones: una sustantiva y una metodológica.

En términos sustantivos, vemos que esta durabilidad del clientelismo se debe a la consolidación y legitimación de dos tipos de prácticas —por un lado, la búsqueda de votos y de participantes para la máquina política mediante la distribución personalizada de recursos; por el otro, la resolución de problemas de sobrevivencia mediante el establecimiento de relaciones duraderas con mediadores políticos por medio de la oferta de votos, asistencia a actos, participación en la máquina o en su fuerza de choque— en dos esferas vinculadas pero diferenciadas: el campo político y la vida cotidiana de los sectores populares.

En términos metodológicos, los artículos demuestran la necesidad de más “etnografía política” —entendida como la investigación basada en la observación cercana, en el terreno, de actores e instituciones políticas en tiempo y espacio reales, en la que el investigador se inserta cerca, o dentro, del fenómeno a estudiar y de los efectos que detectará y por qué los actores en la escena actúan, piensan y sienten—. La etnografía política nos permite trascender la superficialidad de las encuestas de opinión

► 107

Relations, Everyday

JAVIER AUYERO: Departamento de Sociología, Universidad de Texas, Austin, Texas, Estados Unidos
auyero@austin.utexas.edu

Desacatos, núm. 36, mayo-agosto 2011, pp. 107-110

—“¿Qué opina sobre el clientelismo? ¿Recibió usted o algún vecino durante la última elección algún bien de parte de un político?”—, sobre las cuales buena parte de la ciencia política estadounidense basa la construcción de sus modelos, y adentrarnos en el verdadero funcionamiento —los soportes objetivos y las experiencias subjetivas— del clientelismo, tanto como mecanismo de dominación política como estrategia de resolución de problemas por parte de los pobres urbanos.

Éste no es el lugar para realizar una revisión exhaustiva en torno a la literatura sobre clientelismo y patronazgo —el artículo de Combes presenta un mapa detallado al respecto—. Lo que me interesa resaltar es una *crítica* que los artículos del *dossier* proponen implícitamente y que comparto. Los autores entienden que buena parte de la literatura, analíticamente, tiene lo que Stathis Kalyvas denomina una “preferencia epistémica” por datos que

son fácilmente codificables —gasto público, respuestas, encuestas de opinión, por ejemplo— por sobre datos que son más “desprolijos”, del tipo presentado por Vommaro y Quirós, pero que a mi entender dan cuenta de manera más adecuada de la “doble vida del clientelismo político” y de su relevancia en la práctica de distintos actores. En consecuencia, buena parte de los estudios existentes nos dice mucho sobre “objetos preconstruidos” —elecciones y actos partidarios, entre otros— y poco sobre la organización cotidiana del clientelismo en la vida de los sectores más destituidos y sobre las lógicas prácticas de los actores involucrados.

El resultado, a mi entender, son análisis de la política clientelar basados en modelos de la realidad clientelar que excluyen la pregunta por la realidad del modelo con sus “*assumptions*” sobre juegos entre máquinas y clientes, cálculos racionales realizados por individuos estratégicos, etc. Compartiendo la



Michoacán, México. Asistentes al evento de campaña de Felipe Calderón Hinojosa, candidato del PAN a la presidencia, 11 de febrero de 2006.



Prometeo Lucero

Desbordamiento del bordo de Xochiaca, Estado de México, 28 de junio de 2011.

► 109

crítica que realizan Vommaro y Quirós, el principal problema, creo, es que el análisis se sigue centrando en individuos y organizaciones —máquinas, clientes— a expensas de las relaciones entre ellas. La fuente de la acción clientelar eficaz yace en las relaciones entre sujetos —patrones, clientes, mediadores— y no en las intenciones más o menos aviesas o estratégicas de éstos.

Es cierto que políticos y funcionarios tienen “formas variadas de construir su base de apoyo político: focalizando o prometiendo focalizar los recursos gubernamentales hacia los seguidores políticos (política de patronazgo), o distribuir o prometiendo distribuir bienes colectivos hacia amplios sectores del electorado (política programática), o una combinación de los dos” (Remmer, 2007: 3), pero un político o un funcionario no se acerca a estas opciones *ex novo* cada vez que hay

un recurso para distribuir —un plan, un subsidio, etc.—, como juegos reiterados que comienzan cada vez que hay una elección (Stokes, 2005), sino que se enfrentan a redes duraderas que constriñen tanto objetiva como subjetivamente sus acciones.

Relaciones, durante las elecciones pero también durante la vida cotidiana: es allí en donde hay que centrar —y donde estos trabajos focalizan— el análisis del clientelismo. Éstas, si bien difíciles de observar, son centrales a la hora de entender los límites y obstáculos que cualquier funcionario *más allá de sus intenciones más o menos “clientelísticas”* debe confrontar. Son sistemas de relaciones que no se dejan ver fácilmente —no las podemos reconstruir utilizando encuestas de opinión, por ejemplo—, pero que son cruciales a la hora de entender la lógica de los actores políticos y, de manera más mediada, la implementación de políticas sociales.

Bibliografía

- Calvo, Ernesto y María Victoria Murillo, 2004, "Who Delivers? Partisan Clients in the Argentine Electoral Market", en *American Journal of Political Science*, vol. 48, núm. 4, pp. 742-757.
- Giraudy, Agustina, 2007, "The Distributive Politics of Emergency Employment Programs in Argentina", en *Latin American Research Review*, vol. 42, núm. 2, pp. 33-55.
- Helmke, Gretchen y Stephen Levitsky (eds.), 2004, "Informal Institutions and Comparative Politics", en *Perspectives in Politics*, núm. 2, pp. 725-740.
- Hilgers, Tina, 2010, "Democratizing Clientelism? Lessons from Latin America", inédito.
- Kalyvas, Stathis N., 2003, "The Ontology of 'Political Violence': Action and Identity in Civil Wars", en *Perspectives on Politics*, núm. 1, pp. 475-494.
- Kitschelt, Herbert y Steven I. Wilkinson (eds.), 2007, *Patrons, Clients and Policies: Patterns of Democratic Accountability and Political Competition*, Cambridge University Press, Nueva York.
- Nichter, Simeon, 2008, "Vote Buying or Turnout Buying? Machine Politics and the Secret Ballot", en *American Political Science Review*, vol. 102, núm. 1, pp. 19-31.
- Quirós, Julieta, 2006, *Cruzando la Sarmiento. Los piqueteros en la trama social del sur del Gran Buenos Aires*, Instituto de Desarrollo Económico y Social, Buenos Aires.
- Remmer, Karen, 2007, "The Political Economy of Patronage: Expenditure Patterns in the Argentina Provinces, 1983-2003", en *Journal of Politics*, vol. 69, núm. 2, pp. 363-377.
- Stokes, Susan, 2005, "Perverse Accountability: A Formal Model of Machine Politics with Evidence from Argentina", en *American Political Science Review*, vol. 99, núm. 3, pp. 315-325.
- Szwarcberg, Mariela, 2010, "Clientelismo en democracia: lecciones del caso argentino", en *Nueva Sociedad*, núm. 225, pp. 139-155.
- Tosoni, Magdalena, 2007, "Notas sobre el clientelismo político en la ciudad de México", en *Perfiles Latinoamericanos*, núm. 29, pp. 47-69.
- Weitz-Shapiro, Rebecca, 2006, "Partisanship and Protest: The Politics of Workfare Distribution in Argentina", en *Latin American Research Review*, núm. 41, pp. 122-147.