



Algunas reflexiones en torno al clientelismo en la Argentina de hoy: ¿instrumento de politización o fin en sí mismo?

Marcelo Barrera

Universidad de Buenos Aires

marcebarrera@hotmail.com

Resumen:

El presente trabajo, que asume una perspectiva etnográfica, tiene como objetivo principal reconstruir y dar cuenta de la mirada que en torno del clientelismo político asumen los referentes barriales y participantes de base de una organización sociopolítica argentina denominada Federación de Trabajadores por la Tierra, la Vivienda y el Hábitat (FTV). Para ello hemos realizado numerosas observaciones participantes y no participantes en las diversas estructuras organizativas de la organización y, paralelamente, efectuamos numerosas entrevistas a los(as) actuantes.

Palabras clave: Clientelismo - Protesta social- intermediarios - movimientos sociales - etnografía

Abstract:

This work, which takes an ethnographic perspective, main objective is to reconstruct the perspective that participants of an socio-political organization called Worker's Federation for Land, Home and Habitat have on political patronage. To account for the intended purpose made numerous observations in the different organizational structures of the organization and, in parallel, we conducted numerous interviews with the actors.

Key words: Social protest - clientelism- brokers - social movements - ethnography

Introducción

Este artículo se propone señalar algunas notas alrededor del clientelismo político a partir de los primeros resultados arrojados por una investigación de más largo aliento que tiene como propósito hacer foco en las modalidades, potencialidades y límites que adquiere la militancia participativa de las mujeres en los movimientos sociales territoriales en la Argentina contemporánea. Pese a que el fenómeno del clientelismo político no ha sido el centro de nuestra indagación, el hecho de constituirse en una preocupación y temática presente en el discurso de los actores nos impulsó tanto a detenernos en él, como a realizar ciertas reflexiones e intervenir en este debate.

A partir del análisis de los datos construidos en el trabajo de campo -que se estructuró a partir de conversaciones informales, observaciones participantes y no participantes y entrevistas semi-estructuradas-, realizado a lo largo de los primeros ocho meses del año 2009 en un local barrial de la Federación de trabajadores por la Tierra, La Vivienda y el Hábitat (en adelante, FTV), ubicado en la localidad de Pañuelos¹ (Buenos Aires, Argentina), proponemos reconstruir y dar cuenta de la perspectiva en torno del clientelismo político de los referentes barriales y participantes de base que confluyen en el local señalado.

El artículo intentará, desde la propia perspectiva de los actores, responder preguntas tales como: ¿Cuál es, y cómo se configura, la especificidad del vínculo clientelar?, ¿todo vínculo social entre un líder local que actúe como gestor de las políticas públicas y los simpatizantes de base de la organización puede ser pensado como clientelar?, ¿cuándo “comienza” y/o cuándo deja de ser una relación clientelar? Con el objetivo de alcanzar una mayor claridad en la exposición de las ideas del texto, en primer lugar señalaremos cuál es nuestra perspectiva de análisis del fenómeno del clientelismo, en segundo lugar, haremos una breve semblanza de la historia de la FTV, posteriormente efectuaremos una “descripción etnográfica” del local territorial por nosotros visitado, para por último, indagar en la perspectiva de los actores.

El clientelismo político: una perspectiva de análisis

El clientelismo es un tema de suma actualidad: “...en el debate académico tanto en México como en el resto de América Latina y Europa” (Combes, 2011: 14). Correlativamente, la literatura sobre el clientelismo político es enormemente vasta y heterogénea. Vasto también ha sido y es el conjunto de procesos y experiencias que se han intentado e intentan explicar -con más o menos certeza- utilizando como “llave maestra” este concepto. En tal sentido, afirma Hélène Combes: “Como muchos conceptos de las ciencias sociales, el de clientelismo salió del ámbito académico para ser usado por los propios actores políticos. Permanentemente movilizado en distintas esferas sociales, el concepto se volvió multifacético y borroso en su dimensión analítica” (Combes, 2011: 14).

Ya en los años cincuenta del siglo XX sociólogos y antropólogos sociales han utilizado el concepto de clientelismo político como un instrumento conceptual para explicar el proceso de penetración territorial del Estado central en las comunidades rurales en el marco de las denominadas sociedades del mundo mediterráneo, mientras que en la década del sesenta los estudios sobre las “máquinas políticas” en los Estados Unidos han dado testimonio de la permanencia de lazos personalizados fundados sobre las relaciones personales de intercambio de servicios entre el “boss” y sus “supporters” desarrolladas en el seno de los partidos políticos modernos, en un contexto de Estados políticamente desarrollados (Briquet, 1998). Apenas dos ejemplos tomados al azar, entre los que se podrían mencionar muchos otros, para ilustrar la pluralidad de usos explicativos del que ha sido investido el concepto.²

Más recientemente, en el marco de los estudios latinoamericanos contemporáneos, la noción de clientelismo ha sido usada -nuevamente, sólo por mencionar algunos ejemplos- para ilustrar los “mecanismos tradicionales de cooptación” forjados por las elites con el objeto de controlar a los sectores desfavorecidos (Escobar, 1994) tanto como, para dar cuenta de la fragmentación y atomización, que las redes clientelares, en tanto “dispositivos de gobernabilidad del capital”, generan en los sectores populares, de modo de mantener, repro-

¹ Este como todos los nombres de lugares como de personas se han ficcionado a fin cumplir con el contrato de confidencialidad que hemos acordado con las personas entrevistadas.

² Se encuentra lejos de nuestra pretensión realizar una genealogía y balance con pretensiones de exhaustividad acerca de las distintas formas en que ha evolucionado el modo de conceptualizar y reflexionar en torno al clientelismo, al respecto recomendamos la lectura de Combes, 2011.

ducir y reforzar sus condiciones materiales e ideológicas de subordinación (Mazzeo, 2004). Asimismo, recientemente se ha forjado el concepto de clientelismo “institucional” para ilustrar los efectos de dominación social y política desarrollados por ciertas formas específicas de implementación de los programas de asistencia estatales en la región (Trotta, 2003). Ha sido Javier Auyero (2000; 2001), quien a partir de realizar sus investigaciones de corte etnográfico -por lo tanto situadas en un plano microsocio- de las prácticas clientelares del peronismo en la Argentina, ha dado cuenta tanto de aspectos y mecanismos característicos del lazo clientelar que no habían sido abordados previamente, así como también, del modo en que los propios actores involucrados en “los intercambios clientelares” (Auyero 2000: 183) piensan y perciben a los mismos. Este artículo se inscribe en la perspectiva de análisis trazada por Auyero, de allí que dirigiremos nuestro esfuerzo a reconstruir la perspectiva de los referentes barriales y los participantes de base (¿“patrones” y “clientes”?) de un local territorial de la FTV en torno al fenómeno del clientelismo político.

Breve historia de la Federación de trabajadores por la Tierra, la Vivienda y el Hábitat (FTV)

La FTV se constituye formalmente como tal en el año 1998 en el marco de la Central de los Trabajadores Argentinos (CTA)³, aunque sus gérmenes organizativos se encuentran en el proceso de tomas de tierras efectuadas en La Matanza en la década de 1980, las que dieron lugar a los primeros asentamientos en el Gran Buenos Aires. A partir de dicha toma de tierras que dio lugar a la conformación del asentamiento, y luego el barrio, El Tambo, se constituye en su seno como espacio comunitario y de trabajo la Cooperativa Unión, Solidaridad y Organización (U.S.O.). Con la Cooperativa U.S.O. como centro político-organizativo, se inicia entre los años 1992-1993 un proceso de conformación de redes barriales y comunitarias integradas por diversos grupos y organizaciones de base como cooperativas de trabajo, jardines maternos, comedores populares, guarderías infantiles, entre otras, y que en muchos casos fueron creadas *ipso facto* y en otros ya eran parte de El Tambo o pertenecían a los barrios aledaños, pero que en todo caso tienen por objeto común la resolución de necesidades materiales inmediatas.

Los últimos años de la década de los noventa no sólo representan para la FTV el comienzo de una etapa caracterizada por el sostenido crecimiento territorial y organizacional sino también de permanente instalación pública de las demandas de sus bases (trabajo, planes sociales, alimentos, etc.) frente al Estado -a escala municipal, provincial y/o nacional- mediante acciones contenciosas (piquetes en rutas, cortes de calles, marchas, etc.). Es la etapa en que se produce una “piqueterización” de la organización, dado que sus bases se conforman principalmente por trabajadores desocupados y/o precarizados y que el piquete⁴ se constituye como el recurso de protesta privilegiado.

En efecto, entre los años 1997 y 2003 la FTV se constituyó en protagonista de innumerables acciones de protesta -el piquete a lo largo de dieciséis días de la Ruta Nacional N° 3 en el año 2001 ha sido la más extensa- con el objeto de, como se afirma desde la organización, “luchar contra las políticas neoliberales implementadas por los gobiernos de ese entonces”, y paralelamente, obtener recursos para sus bases. En esta etapa, la confrontación con las autoridades públicas, a partir de la puesta en acto de diversas y frecuentes acciones

³ Aquí esbozaremos brevemente una posible periodización de la extensa trayectoria sociopolítica de la FTV con el objetivo de orientar al lector que no se encuentre familiarizado con la historia de la organización. Para un abordaje más profundo de la misma puede consultarse Merklen, 1990; Merklen, 2001; y Calvo, 2006.

⁴ El piquete designa la acción de cortar la ruta a partir de la utilización de los propios cuerpos de los protagonistas del corte más la ayuda de algunos elementos (como la quema de neumáticos, la colocación de piedras, etc.).

contenciosas, se saldará con la negociación y el compromiso de los funcionarios, tras cada una de las protestas, de proveer de alimentos, subsidios de desempleo, y otros recursos al movimiento.

La asunción de Néstor Kirchner como presidente de la nación en el año 2003 abre una nueva etapa en la organización. En efecto, ante la necesidad de ampliar sus bases de apoyo y de controlar el conflicto social, el gobierno buscó sostén en el conjunto de organizaciones populares más movilizadas, con el objeto de mermar su conflictividad y encuadrarlas en el marco de su proyecto de poder a cambio de ciertos privilegios en la distribución de recursos e incluso de “abrir” ciertas dependencias del Estado a las mismas.

La afinidad ideológica entre la FTV (la cual tiene una fuerte impronta nacional-popular) y el nuevo gobierno, sumado a la puesta en marcha de la estrategia gubernamental ya señalada, cambiaron radicalmente los términos de la relación de la FTV con los gobiernos precedentes. Si hasta entonces esa relación se encontraba atravesada por momentos de confrontación y momentos de negociación (negociación como resultado de la confrontación previa en la mayoría de los casos), a partir de la administración de Kirchner comenzará una nueva etapa en la historia de la FTV, caracterizada por el apoyo y la cooperación con el gobierno.

Un dirigente coloca el foco de su discurso en la “otra etapa” que se “abre” con el “kirchnerismo” y las tareas que demanda la misma:

“En el 2003 con Kirchner, o sea, se abrió otra etapa, la realidad era otra (...). Llega un momento en que la situación cambia y hay que adaptarse a la nueva situación política que existe en el país, y registrar que esto pasó, darte cuenta que cambió la pantalla, no es la misma. Bueno, creo que hoy a los movimientos sociales nos cuesta, o sea, construimos bien la protesta pero a la hora de ser parte de construir nos cuesta un poco más, porque hoy lo que está planteado, para mí, como síntesis, es construir dos cuestiones fundamentales: construir el Estado y construir el movimiento popular. Quien habla de distribución del ingreso en la Argentina y no se plantea construir el Estado, uno se pregunta: ‘¿Desde dónde?’. Bueno, a ver, el que se plantea hoy cambios y no se plantea reconstruir el Estado, y se plantea redistribuir la riqueza ‘¿De dónde se distribuye la riqueza si no es desde el Estado?’ (...) Construir el movimiento nacional-popular, y construir el Estado creo que son los dos ejes importantes de todo esto a trabajar a lo largo de este año y de los que vienen”.

Como lo subraya el testimonio, la llegada del “kirchnerismo” al gobierno generó una nueva agenda política en la organización; si antes el eje de la misma era la “lucha” contra el “modelo neoliberal”, a partir del año 2003 será tanto la “construcción del movimiento nacional-popular” como la “reconstrucción del Estado”. A partir de su sostenida política de cooperación y apoyo con el gobierno de Néstor Kirchner, la FTV logró incorporar muchos de sus cuadros al Estado con el doble objetivo de reconstruir y poner al “servicio del pueblo” el aparato Estatal, y de “construir” y apuntalar “desde arriba” el movimiento nacional-popular. En ese marco, la inserción de numerosos cuadros de la organización en diversos espacios institucionales al interior del Estado le ha facilitado considerablemente el acceso a determinados recursos estatales (planes sociales, programas de ayuda social, etc.).

El local territorial de la FTV de Pañuelos: descripción de una asamblea barrial

Son las 14 hs de un martes caluroso de enero. Tras bajarnos del tren nos encontramos en la localidad de Pañuelos (provincia de Buenos Aires), más específicamente en el barrio 25 de agosto, localidad que en una época se encontraba medianamente industrializada pero donde actualmente sobreviven algunas pequeñas industrias y comercios. El 25 de agosto es un barrio de clases populares, en sus casas humildes, emplazadas tanto en calles asfaltadas como sin asfaltar, habitan hombres y mujeres que son trabajadores/as, desocupados/as, marginales o excluidos.

La estación de tren en la que hemos bajado es contigua a una plaza tras atravesarla y luego al cruzar una avenida asfaltada nos encontramos frente a una puerta de reja; dos metros más atrás hay un portón de chapa con su puerta abierta. Ubicado en la parte superior de este último, un cartel que se destaca en que se lee “FTV CTA Pañuelos” y dos pequeñas banderas celestes colgadas de la reja que enuncian “FTV Pañuelos” dan cuenta que estamos en el lugar correcto.

Al ver mi presencia se acerca Francisca, quien luego de mi presentación, nos invita a entrar. Mientras hablo con Francisca observo el interior del local. Éste se encuentra estructurado a partir de dos espacios diferenciados, apenas uno ingresa al local hay una primera sala, la sala de reunión. En ella sorprende la enorme cantidad de sillas plegadas y apiladas al lado derecho contra la pared. En el centro hay una mesa amplia y a un costado ésta un ventilador de pie que no deja de girar. A la izquierda vemos un “roperito” lleno de ropa como también una pequeña biblioteca en la que hay textos tan heterogéneos como las obras escogidas de Lenin, un par de libros de Octavio Ianni, como también literatura infantil, entre otros muchos libros. Sobre las paredes se ven numerosos carteles colgados, en algunos de estos pueden verse recortes de diarios zonales sobre las actividades públicas que ya ha realizado la FTV Pañuelos; en otros, puede leerse un listado de los barrios que están representados en la asamblea o un afiche de la Secretaria de la Mujer de la Nación que trata acerca de la temática de la violencia de género.

Amablemente Francisca me invita a pasar al cuarto que se encuentra atrás de la primer sala, allí pueden verse dos sobadoras, tres bombos, banderas y “flameadores” naranjas con inscripciones que dicen “FTV Pañuelos”, y una canilla junto a una mesada.

Ya ha pasado más de media hora y ya han comenzado a llegar las primeras mujeres de los distintos barrios de la zona, quienes despliegan las sillas y se sientan alrededor de la mesa. La asamblea esta prevista para las 15 hs me dice Francisca. En ese momento llega el referente principal del local, su nombre es Martín. Tras la presentación de rigor seguida de una breve charla, me siento y espero. La sala se encuentra llena, han llegado alrededor 50 personas. Llama la atención la abrumadora mayoría de mujeres, que en la mayor parte de los casos han llegado solas, aunque algunas han arribado con sus hijos. Ellas tienen entre 20 y 60 años. Hay tres hombres en la sala. A las 15:15 hs el referente toma la palabra e interviene para abrir la asamblea. Es la primera asamblea del año, las mujeres y hombres presentes toman mate mientras se acomodan en las sillas. Tras hablar unos minutos, Martín me presenta y me pide que diga algunas palabras para explicar mi presencia a las y los presentes. Luego el referente retoma su discurso. En la primera parte del mismo hace hincapié en las actividades que propone que sean el eje de militancia para el año por venir: continuar luchando y manifestándose contra la venta y el consumo de paco de los jóvenes, manifestarse colectivamente en actos públicos contra la criminalización de los jóvenes, movilizarse para obtener más planes sociales y otros recursos, entre los principales ejes posibles de “lucha” para ese año.

En el momento en que un bebé comenzó a gritar, hizo una pausa y preguntó a sus oyentes si estaban de acuerdo con su propuesta. Muchas de las mujeres presentes asintieron con un gesto mientras que algunas tomaron la voz para mencionar que estaban de acuerdo como también para insistir en lo importante de poner el cuerpo y asumir un compromiso con la militancia.

Martín retomó su discurso para reafirmar esa idea al hacer foco en la necesidad de que todos y todas se comprometieran más con la militancia y con el grupo. Después de que se abriera un pequeño momento de debate, en el que intervinieron tres mujeres, y dado que ya no había nadie más que quisiera intervenir, se cerró la asamblea con aplausos de parte de todos para todos. Martín, en su última intervención les recordó a los participantes que el próximo martes (como todos los martes) habría una nueva reunión.

Una vez finalizada la asamblea algunas mujeres se fueron rápidamente, mientras que otras se quedaron charlando entre sí. Con ellas me quedé conversando acerca de su parecer y su opinión sobre la reunión, así como de otros aspectos diversos sobre su militancia. Luego me acerqué a Martín para despedirme y me dijo

que me esperaba en la próxima asamblea. Tras agradecerle, me fui caminando a la estación de tren. La misma estación que me vio pasar todos los martes a lo largo de los primeros meses del último año.

El “clientelismo político” desde los actores: el punto de vista de los referentes barriales y los participantes de base

“Los partidos políticos tradicionales, como el radicalismo o el Partido Justicialista, dejaron de ser espacios a los cuales la gente vaya. Como vulgarmente decimos nosotros, ellos perdieron la calle, en el 2000 perdieron la calle”, nos dijo Martín al rato de haber comenzado nuestra entrevista. Luego, ante mi pregunta por el papel de las redes clientelares en los barrios populares, él sostuvo:

“El aparato clientelar no es que murió pero ellos perdieron la calle porque lo cambiaron por la caja, (...) ahora, el clientelismo existe entre nosotros también, es algo que hay que tratar de erradicar, yo creo que cuando conseguimos programas, conseguimos planes, conseguimos un recurso por mínimo que sea, y no compartimos con la gente cómo se peleó y que sólo peleando y luchando es posible conseguir más recursos e incluso construir un cambio social, nos estamos traicionando y estamos haciendo clientelismo”.

Su relato deja entrever que, desde su punto de vista, no todo intercambio de bienes o recursos por apoyo político entre un “cliente” y un “patrón” puede ser considerado como una práctica o intercambio clientelar. Como el mismo Martín lo señala:

“A veces hacemos clientelismo, repartimos cosas sin concientizar y no sirve porque tiene que ser en el marco de un proyecto, porque las cosas también las reparten aquellos que quieren volver a los años noventa⁵. Las cosas las reparte Mauricio Macri⁶, que hace clientelismo repartiendo cosas para controlar a la gente, las puede repartir cualquiera. El tema es que, muchas veces nosotros conseguimos algo de un programa que está bien, bárbaro, pero también es una excusa, es un instrumento. Ahora cuando el programa es visualizado por su beneficiario y por los otros participantes de la organización como un fin en sí mismo, ese mismo plan que se consigue no sirve, y además a la larga tiene poca vida”.

La oposición ellos/nosotros organiza el relato de Martín. En tal sentido subraya que “ellos” (Mauricio Macri, etc.) hacen clientelismo dado que “reparten cosas” con el objetivo de “controlar a la gente”. Mientras que, por el contrario, en el local territorial en donde él es el referente principal, el clientelismo es un hecho o práctica excepcional, que se configura sólo cuando los bienes y los recursos que se “consiguen” son observados y percibidos por los participantes de base de la organización como un fin en sí mismo, y, por lo tanto, no logran devenir en un instrumento de politización. Cuando los recursos logran constituirse en un elemento de concientización política, es decir, en el momento en que son meramente “un instrumento”, una mediación para concientizar políticamente, se cierra la relación clientelar para abrir paso a un vínculo pedagógico-político. Por lo tanto, desde la mirada de Martín, el elemento que define el lazo clientelar no es en sí mismo el hecho de que se produzca un intercambio de bienes o favores por apoyo político, sino, el sentido mentado que asume ese intercambio. De allí que la manera y forma de dar adquiere suma relevancia, aunque es el fin que orienta la acción del intercambio el elemento que traza la línea divisoria entre aquello que Martín considera que es clientelismo político y lo que no lo es.

⁵ Con la expresión “volver a los años noventa” significaría principalmente retornar a la aplicación de los programas de gobierno neoliberales.

⁶ Es el actual intendente de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, su ideología política puede encuadrarse como de derecha.

Si el militante político “reparte recursos” (en tanto corolario de un proceso de lucha colectiva por la “conquista” de los mismos) como de un medio legítimo y necesario para concientizar políticamente, el puntero (mediador político, en los términos que utiliza Auyero), por el contrario, será quien “da cosas” con el objetivo de que el beneficiario “no se rebele”, por eso simplemente “se las dan y listo”.

“El puntero le da cosas a la gente para que no se rebele, para que con eso se conforme y no luche, no es un medio para lograr un cambio, se las dan y listo. Nosotros, como militantes, a veces conseguimos recursos tanto por la vía institucional como marchando y protestando en la calle, pero siempre la idea es que quien recibe un plan u otro recurso sienta que fue producto de la lucha de todos, y que con la lucha se pueden cambiar las cosas. Por eso te digo, los recursos son un medio para crear conciencia y seguir creciendo como organización y como proyecto, porque queremos construir un proyecto nacional y popular”.

En tanto mecanismo de reproducción del “estado actual de cosas”, el clientelismo es vinculado por Martín a una práctica política de “la derecha”, una práctica que representa “una amenaza”, en tanto es un obstáculo o impedimento para “lograr un cambio”.

“El clientelismo es una amenaza, es parte de la política de la derecha que quiere mantener el estado actual de las cosas. Y si nosotros no hacemos una política nueva entonces hacemos de la otra. O sea, acá en este país lo más fácil que hay es ser de derecha porque ser de derecha es hacer las cosas que están, y si vos querés cambiar, si querés tener un proyecto popular, tenés que tener todo un pensamiento de cambio”.

Hasta aquí hemos intentado reconstruir la perspectiva de un referente barrial (¿patrón?, ¿mediador?) de la FTV en torno al clientelismo político, pero ¿Cómo evalúan los simpatizantes de base (¿clientes?) del local territorial su asistencia a las marchas y a otras reuniones públicas colectivas?⁷

Beatriz es madre de tres hijas, a lo largo de muchos años estuvo “trabajando” con el intendente del Partido de General Otamendi, más precisamente con “una persona de confianza del intendente”, llamada Griselda (quien ocupaba el rol de “puntera” o “mediadora”). Al evocar esos tiempos recuerda que “trabajamos muchísimo, teníamos que estar en las campañas políticas, y en muchos otros lados, estaba todo el día de aquí para allá, no paraba nunca. Además, entre otras cosas, teníamos que encargarnos de los planes Jefes y Jefas de Hogar”. Cuando su marido consiguió un trabajo estable, le “sacaron el plan”, hecho por el que decidió alejarse del círculo comandado por Griselda y “pasarse” a la FTV. Beatriz, que conoce a Martín desde hace ocho años, nos cuenta que ella va a las marchas casi siempre dado que:

“Cuando estaba del otro lado, con el PJ y los punteros políticos, ellos nos decían que estar en la FTV y cortar calles o rutas era peligroso, y todo lo contrario, como te cuidan acá, te cuidan un montón. Nuestro referente es un ejemplo, es un verdadero ejemplo, ¿Por qué? Porque el siempre está adelante, con la agrupación, con todos ahí, y nos cuida a nosotros, los punteros políticos no hacen eso, no hacen eso para nada. Acá [se refiere a la FTV] yo voy a las marchas porque es importante manifestarse, porque es importante también apoyar a nuestro referente y a la organización. Además siempre la paso muy bien, camino un poco, aunque a veces se hacen muy largas (se ríe)”.

Mariana, que ha participado en otras organizaciones sociales territoriales, acuerda; Martín siempre las protege en las marchas y en los actos, y además subraya que Martín les ha pedido que asistan pero nunca las ha obligado a asistir a una marcha de la organización. Mariana dice:

⁷ Abordaremos este tópico como una posible “entrada” para indagar en el punto de vista de los simpatizantes de base en torno a un “aspecto” del fenómeno del clientelismo dado que la asistencia a las marchas, actos y otros tipos de reuniones públicas colectivas son las experiencias más representativas de lo que comúnmente se denomina como política clientelar. Aquí cabe mencionar que este tópico ya ha sido también previamente abordado por Auyero (2000).

“Yo me siento siempre muy segura en las marchas, siempre estamos protegidas por el grupo y por nuestro referente (...) Y yo acá voy siempre a las asambleas porque me parece que son importantes y son buenas, siempre aprendo cosas. Pero a las marchas no voy siempre, voy cuando me parece que estoy de acuerdo, cuando la idea de la marcha es buena. Martín siempre nos pide que vayamos, es lógico, pero nunca nos obliga a ir, nunca nos dice que si no vamos perdemos el plan o algo así. Antes [se refiere a su paso “hace unos años” por otra organización social territorial] tenía que ir siempre porque si no ibas no sabías si te seguían manteniendo el plan: pero ahora no, voy si estoy de acuerdo. Casi siempre voy”.

Francisca tiene un plan social por medio de Martín. También ingresó en un programa social de la provincia de Buenos Aires mediante la intervención de Martín en la Secretaría de Bienestar Social provincial. En referencia a su habitual participación en las marchas de la FTV, dice: “A mi me encanta participar de las marchas, me gusta porque yo me llevo bien con todo el mundo, muchísima gente me saluda, muchísima gente viene a hablar conmigo. Cuando salimos es la forma de encontrarnos que tenemos”.

Ninguna de las mujeres con las cuales hemos tenido charlas informales o hemos entrevistado siente que en el marco del local territorial de la FTV en el que participa políticamente sean “manipuladas” -tal como una porción de la bibliografía sobre clientelismo parece insinuar⁸- y que sean “llevadas” a las marchas o las asambleas, así como tampoco vinculan su participación en las mismas con el hecho de que reciben algunos recursos (un plan social, por ejemplo) por intermedio de la organización. Por el contrario, explican su asistencia en términos de acuerdo y/o apoyo con el reclamo o “la idea” que se pretende instalar públicamente a través de la marcha a la que asisten, o porque simplemente marchar les permite encontrarse con personas que tal vez de otra forma no verían. Al contrario de las imágenes estereotipadas que suelen reproducir los medios de comunicación, los bienes no se constituyen en el eje fundamental de su asistencia a las asambleas, marchas u otro tipo de reuniones públicas colectivas.

Conclusiones

A lo largo del trabajo hemos intentado dar cuenta del punto de vista de los actores investigados en torno al fenómeno del clientelismo político y/o a ciertos aspectos del mismo. En tal sentido, es dable remarcar que los testimonios que hemos recogido nos parece que impulsan a reflexionar alrededor de los límites de una concepción que se circunscriba a pensar y entender al clientelismo político simplemente como el intercambio personalizado de bienes, favores y servicios por apoyo político y votos entre un “patrón” o “mediador” y un “cliente”.

En efecto, la distinción entre “medio para” o “fin en si mismo” que introduce desde sus prácticas cotidianas Martín, el referente barrial que hemos entrevistado, tanto como las razones que expresan Francisca o Mariana para asistir a las marchas (que las demuestra lejanas a la imagen de actores manipulados como marionetas a partir de la promesa de la obtención de recursos) permiten subrayar que es menester entender la forma que asume el intercambio, así como también, cómo y con qué fines se da y se intercambia, y la naturaleza de los incentivos que se ponen en juego. De lo contrario se corre el riesgo de hacer *tabula rasa* y borrar las diversidades divergentes que existen empíricamente entre los distintos tipos de vínculos y transacciones que pueden producirse entre un líder local de una organización que actúe como gestor de las políticas públicas y los simpatizantes de base de ésta.

⁸ Es Auyero quien señala que la “imagen” de la manipulación se encuentra muy presente en los estudios sobre el clientelismo, al respecto ver Auyero (2001).

Utilizar una perspectiva de análisis como la señalada permitiría reconstituir toda su riqueza a los denominados “clientes”, los cuales, como ya hemos señalado, en ciertos análisis son despojados de toda capacidad de acción y autonomía al ser reducidos a una simple manipulación de tipo instrumental. En definitiva, se trata de abordar el clientelismo político sin caer en ese y otros tipos de reduccionismos.

Bibliografía:

- AUYERO, Javier, “Cultura política, destitución social y clientelismo político en Buenos Aires. Un estudio etnográfico”, en Svampa, Maristella (editora) *Desde abajo. Las transformaciones de las identidades sociales*, Buenos Aires, Editorial Biblos, 2000, pp. 48-67.
- AUYERO, Javier, *La política de los pobres. Las prácticas clientelistas del peronismo*. Buenos Aires: Manantial, 2001.
- BRIQUET, Jean-Louis, “La politique clientélaire. Clientelisme et processus politique” en Briquet, Jean-Louis y Sawicki, Frédéric (dir), *Le clientélisme politique dans les sociétés contemporaines*, Paris, PUF, 1998.
- CALVO, Daniela. *Exclusión y política. Estudio sociológico sobre la experiencia de la Federación de Trabajadores por la Tierra, la Vivienda y el Hábitat (1998-2002)*. Buenos Aires: Miño y Dávila editores, 2006.
- COMBES, Hélène, *Desacatos. Revista de Antropología Social*, núm 36, México, Ciesas, 2011, pp 13-32.
- ESCOBAR, Carlos, “Clientelismo y protesta social: política campesina en el norte de Colombia” en Auyero, Javier (Compilador), *¿Favores por votos? Estudios sobre clientelismo político contemporáneo*, Buenos Aires, Losada, 1997.
- MAZZEO, Miguel, *Piqueteros. Notas para una tipología*. Buenos Aires: FISyP-Manuel Suárez Editor, 2004.
- MERKLEN, Denis, *Asentamientos en La Matanza. La terquedad de lo nuestro*. Buenos Aires: Catálogos, 1991.
- MERKLEN, Denis, *Inscription territoriale et action collective. Les occupations illégales de terres urbaines depuis les années 1980 en Argentine*, These doctorat, París, EHESS, 2001.
- TROTTA, Miguel, *La metamorfosis del clientelismo político. Contribución para el análisis institucional*. Buenos Aires: Espacio Editorial, 2003.