

Javier Auyero

La política de los pobres. Las prácticas clientelistas del peronismo

Cuadernos Argentinos Manantial, Buenos Aires, 2001, 251 páginas

Akemi¹



INTRODUCCIÓN

La política de los pobres es un estudio sobre la política en un contexto de exclusión urbana en la Argentina de la década de los noventa. Pero se diferencia del coro de voces que desde la Sociología y la Ciencia Política describen la creciente apatía de los ciudadanos por el mundo de la política, la despolitización de la sociedad y el auge del *marketing* político, ya que este libro refiere un proceso de creciente centralidad de la política en la vida cotidiana de los habitantes de un barrio marginado del Conurbano Bonaerense.

¿Pero de qué clase de política? Justamente de aquella que es conceptualizada como la “mala política”, la negación de la democracia, aquella que es asociada con manipulación, cooptación, corrupción: la política clientelar.

Clientelismo político es uno de aquellos conceptos que las ciencias sociales comparten con el lenguaje cotidiano y pareciera que en ambos contextos discursivos denotara el mismo fenómeno empírico: el intercambio de cosas o favores por votos o apoyo político.

El libro de Auyero discute con este tipo de abordajes teóricos del clientelismo político, postulando la necesidad de realizar una ruptura en dos

¹ Graduado de la carrera de Sociología de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la UNLP.

niveles. Desde el punto de vista teórico se apoya en el pensamiento sociológico relacional, ubicando en las relaciones sociales el sentido de la acción social. Tradicionalmente se busca la explicación de la conducta de los clientes en su conciencia individual, en la forma de actor racional o normativo. El enfoque relacional conduce a mirar en la estructura de relaciones sociales y a partir de éstas en el horizonte de sentido de las prácticas políticas peronistas hacia los pobres.

En lo metodológico, cuestiona los estudios que enfocan la política “desde arriba”, como una actividad de elites en el marco de instituciones altamente formalizadas. El encandilamiento producido por la “videopolítica” y las encuestas de opinión, ha sido capaz de oscurecer a los ojos de los investigadores la persistencia y revitalización de las “viejas formas de hacer política”. Lejos de analizar al clientelismo como la desviación de un deber ser, Auyero se aproxima al punto de vista de los actores, para interpretar los significados de estas prácticas desde las narrativas de patronos y clientes.

A partir de un estudio etnográfico, describe una extensa red de resolución de problemas a través de la mediación política personalizada. ¿Qué conclusiones podemos encontrar en este trabajo acerca de la política en contextos de exclusión creciente? En primer lugar, afirmar que las prácticas clientelares parecen adquirir cada vez mayor centralidad en la resolución de las necesidades de supervivencia. Segundo, cuestionar la tradicional definición del clientelismo como una relación de manipulación y enseñarnos una multiplicidad de sentidos producidos y recreados en una red clientelar. Tercero, ubicar al clientelismo en una tradición cultural, en una *estructura estructurante* que excede el momento del intercambio. Cuarto y a modo de síntesis lógica de lo anterior, nos brinda algunas herramientas para entender el apoyo que durante los años noventa recibió el peronismo de los sectores menos privilegiados de la pirámide social.

La política de los pobres, está organizado en seis capítulos: El primero se ocupa de ubicar la etnografía en el contexto de destitución y desigualdad de la Argentina de los años noventa. En el segundo titulado “La mayoría venían de Villa Paraíso” se presta especial atención a la territorialidad como eje de la vida sociopolítica de los pobres urbanos. El capítulo número tres describe la red de resolución de problemas y presenta las posiciones de mediadores y referentes. “Lucharemos por siempre somos peronistas” focaliza en la “manera de dar peronista” como presentaciones públicas capaces de recrear cierta memoria histórica del peronismo; en este capítulo aparece el concepto de

performance. El capítulo cinco presenta una semblanza de los diversos significados socialmente compartidos que circulan en la red clientelar a partir de un análisis de las narrativas de los clientes; aparece como un intento de capturar la polifonía de voces que actúan en el clientelismo. En “Eran todos peronistas”, se analizan las reinterpretaciones de la identidad política peronista a partir de las prácticas clientelares.

Finalmente aparece un capítulo dedicado a las conclusiones y un epílogo en el cual se desandan algunas reflexiones en torno a las implicancias de un abordaje etnográfico que coloca al autor en primer plano.

I.

Una de las conclusiones de Auyero consiste en la afirmación de la mediación política personalizada como “un tipo de lazo social” que se instala en las geografías de la relegación urbana, con fuerza creciente. Más que un vestigio del pasado Auyero relaciona los procesos contemporáneos de exclusión con la inscripción cultural de un esquema de sociabilidad que diría algo así: los problemas urgentes pueden resolverse mediante la mediación política personalizada.

Quizás podría objetarse a *La política de los pobres* que estas redes y estos significados no permanecen inmóviles, que todo el tiempo se están moviendo y que la centralidad que Auyero atribuye a estas redes que reproducen la dominación política podría desdibujarse en el futuro o bien adquirir nuevos significados.

No obstante esta afirmación, el trabajo de campo aporta elementos para prestar atención a los mecanismos de la mediación política personalizada, como prácticas naturalizadas inscriptas en la “manera peronista de ayudar a los pobres”, más que como “actos de corrupción” pertenecientes al ámbito de lo ilícito.

Otra conclusión señala la necesidad de estudiar los soportes organizacionales de las prácticas clientelares: las unidades básicas peronistas. La etnografía revela la posición estratégica de estas instituciones, que tradicionalmente han sido descuidadas en las investigaciones sobre el peronismo.

II.

En el capítulo número 5, “El punto de vista clientelar”, el autor concluye que las posiciones en la red de resolución de problemas, la mayor o menor distancia respecto al mediador, influyen en el significado que se le atribuya al intercambio. Así, después de abrir la mirada a la complejidad de interpretaciones que esgrimen los sujetos, suscribe al principio de la no conciencia (Bourdieu, Passeron y Chamboredon: 1991), según el cual el sentido de la acción pertenece al sistema de relaciones objetivas, más que al sujeto que la ejecuta.

A partir del análisis de las narrativas de los clientes encuentra sentidos contradictorios entre sujetos de la misma edad y situación de exclusión, así el elemento que aparece en el análisis con mayor capacidad explicativa de esta diferencia es la posición ocupada en la red. Desde la manipulación a la expresión de agradecimiento, desde la espontaneidad del apoyo a la compra de votos. A mayor distancia (material y afectiva) de los mediadores, mayores posibilidades de evaluación instrumental. Afirma Auyero la existencia de una contradicción entre los aspectos objetivo y subjetivo del intercambio que sólo quienes están alejados del “corazón” del intercambio, pueden observar. Si bien el autor intenta reconstruir la diversidad de sentidos que los sujetos que participan en prácticas clientelares atribuyen a sus actos, aparece finalmente una mirada estructuralista, que sienta la primacía del juego sobre los jugadores.

III.

¿Los objetos materiales que se intercambian son capaces de explicar las prácticas clientelares? En este punto Auyero adopta un enfoque dramático: el acto del intercambio dramatiza redes informales existentes con anterioridad, moviliza representaciones compartidas, memorias y proyectos. Nos dice que no se debe confundir la circulación de bienes y favores con los principios generadores de la acción (que como ya quedo dicho son múltiples y se construyen en la red).

A partir del concepto de *performance*, se detiene en “la manera peronista de dar” que postula inscripta en cierta memoria histórica. Así, al margen de la mayor o menor gratitud a tal o cual mediador, de la aprobación o no de la política partidaria o incluso de los actos del gobierno, pareciera existir entre los participantes una creencia generalizada en la legitimidad de la red de resolución de problemas.

La naturalización de la *performance*, permite la comunión entre patrones y clientes en la doxa peronista. Esta narrativa compartida (aunque con distintas tonalidades) asegura la fortaleza del partido peronista en contextos de exclusión. Dice el autor:

“A través de la ‘manera peronista de resolver problemas’ un estómago puede ser saciado, un dolor curado, una gripe sanada y una identidad política revelada y transformada” (Auyero, 2001: 43).

Al recoger los sentidos que circulan en una red clientelar, el autor afirma que las representaciones y prácticas ancladas en esta institucionalidad informal constituyen una de las aristas más importantes de la cultura política de los pobres urbanos en la actualidad.

Si se define la construcción identitaria como un proceso con ciertos núcleos rígidos y muchos otros en constante transformación, se podrían interpretar algunas de las conclusiones de este libro como el hallazgo de aquellos aspectos duraderos, estructurantes de la cultura política peronista hacia los pobres: personalismo, paternalismo, verticalismo y, como contracara, la necesidad constante de los referentes peronistas de renovar estas relaciones continuas, duraderas. Así, nuevamente aparecería esta imagen consolidada, hermética de este mundo de verdad peronista compartido por clientes y mediadores, que es capaz de suscitar la siguiente pregunta: ya que estamos hablando de relaciones de poder, ¿no podemos hipotetizar que existen resistencias, negociaciones de sentido, transformaciones identitarias? Quizás este aspecto dinámico de la cultura política de los pobres urbanos, sea el que aparece menos analizado en el trabajo de Auyero.

IV.

Si se postula la permanencia de un sistema simbólico que refuerza las posiciones de los mediadores como agentes insustituibles de la resolución personalizada de problemas de sobrevivencia, se puede empezar a encontrar cierta razonabilidad al apoyo que los excluidos otorgaron durante los años noventa al peronismo bonaerense. Si a esto se le suma la existencia de soportes institucionales con acceso privilegiado a los recursos estatales que con cada acto de dar refuerzan la fortaleza organizativa del partido, el círculo comienza a cerrarse.

Sí existen deberes de los peronistas hacia los pobres y de los pobres hacia los que los ayudan, a partir de esta narrativa de la mediación política personalizada, Auyero sintetiza la perdurabilidad de estas relaciones sociales. No se trata de manipular a sujetos inocentes o de comprobar cálculos racionales. Por el contrario, la pertenencia a un sistema de relaciones sociales estructura cierta visión de la realidad, en la cual interactúan mediadores y clientes en un contexto de exclusión social.

La política de los pobres invita a cruzar las fronteras disciplinarias y analizar un tópico tradicionalmente reservado a la Sociología o la Ciencia Política, a partir de un abordaje culturalista. Recogiendo una preocupación nuclear de la teorización política, como el problema de la baja institucionalización de las jóvenes democracias latinoamericanas, ubica esta pregunta en el lugar donde actúa el clientelismo cotidianamente. Así, una pregunta que se suele responder con recomendaciones de diseño institucional, es enriquecida a partir de la disección del fenómeno que pierde así su univocidad y se torna esquivo y problemático.

La política de los pobres refleja la búsqueda de mantener la tensión entre agencia y estructura, de apelar a la negociación de sentidos sin descuidar el anclaje socioeconómico en que se dramatiza el clientelismo político. Sin embargo, el texto de Auyero parece enfatizar cierto aspecto reproductivista de la cultura política de los pobres urbanos, a pesar de destacar el rol activo de los pobres en la resolución de sus problemas en circunstancias y a partir de medios que ellos no eligen.

Uno de los aportes sustantivos de este trabajo consiste en la posibilidad de analizar cómo las llamadas viejas formas de la política convivieron (¿facilitaron?) con un proceso de reforma estatal y económica tan radical como el ocurrido en la Argentina de Menem.

Más que ser analizadas como resabios del pasado, como anacronismos disfuncionales a la legitimidad democrática las prácticas clientelares son abordadas en este libro como actos capaces de dramatizar redes informales de supervivencia preexistentes y representaciones culturales cuya centralidad para la vida cotidiana en situación de pobreza extrema es revelada por la etnografía.

Quizás uno de los mayores atractivos de este trabajo sea la propuesta de analizar las implicancias empíricas de un concepto como el de clientelismo político y a partir de allí intervenir en el debate acerca de la democracia, la representatividad y la institucionalidad atravesando la dicotomía democracia formal-democracia sustantiva.