

La política de los pobres

JAVIER AUYERO

La política de los pobres
Las prácticas clientelistas del peronismo

MANANTIAL
Buenos Aires

Este libro es una versión revisada de *Poor People's Politics* publicado por Duke University Press. He traducido la totalidad del texto que fue originalmente escrito en inglés, agregando algunas secciones, especialmente en el capítulo 2, que contribuyen al argumento central del libro. Versiones preliminares de los capítulos 4 y 5 han sido publicadas en mi libro *¿Favores por votos? Estudios sobre clientelismo político contemporáneo* (Buenos Aires, Losada, 1997) y en la revista *Apuntes de Investigación en Cultura y Política*.

Diseño de tapa: Estudio R

Impresos 1000 ejemplares en octubre de 2012
en Talleres Gráficos Leograf SRL,
Rucci 408, Valentín Alsina, Argentina

Hecho el depósito que marca la ley 11.723
Impreso en la Argentina

© 2001, Ediciones Manantial SRL
Avda. de Mayo 1365, 6° piso
(1085) Buenos Aires, Argentina
Telefax: 54 11 4383-7350 / 4383-6059
info@emanantial.com.ar
www.emanantial.com.ar

ISBN: 987-500-065-5

Derechos reservados
Prohibida su reproducción total o parcial

A la memoria de papá

Los hombres hacen su propia historia, pero no la hacen a su arbitrio, en circunstancias elegidas por ellos mismos, sino en circunstancias directamente encontradas, dadas y heredadas del pasado. La tradición de todas las generaciones muertas oprime como una pesadilla la mente de los vivos.

KARL MARX

El dieciocho brumario de Luis Bonaparte

En vez de reducir el comportamiento social a la toma individual de decisiones, los científicos sociales necesitan estudiar con urgencia las coacciones relacionales dentro de las cuales se produce toda acción individual. [...] Quienquiera que sitúe la acción social eficaz en el contrato más que en los signatarios, en la trama más que en los actores, en la conversación más que en el hablante, incita al rechazo intuitivo en nombre de los credos atesorados.

CHARLES TILLY

La desigualdad persistente

ÍNDICE

Prefacio a la segunda edición	9
Advertencia al lector.....	13
Agradecimientos	15
Introducción.....	19
1. “La mayoría era gente pobre.” Destitución y desigualdad en el Buenos Aires contemporáneo	45
2. “La mayoría venía de Villa Paraíso.” Historia y experiencias de los habitantes de la villa.....	61
3. “Conocían a Matilde.” La red de resolución de problemas	93
4. “Lucharemos por siempre, somos peronistas.” Eva Perón como una <i>performance</i> pública	131
5. El punto de vista clientelar. La manera en que los habitantes de la villa perciben y evalúan el clientelismo político	165
6. “Eran todos peronistas.” Los residuos de la herejía populista.....	197

Conclusiones.....	221
Epílogo.....	233
Bibliografía.....	237

PREFACIO A LA SEGUNDA EDICIÓN

Han pasado un poco más de 10 años desde la publicación de *La política de los pobres* –y 17 desde que comencé el primer estudio etnográfico sobre “clientelismo político” en Argentina–, y lo que el libro identificó en su momento como una generalizada ausencia de estudios sobre el tema en el país ya no es tal. Durante la última década se han multiplicado los estudios sobre la problemática, dando lugar a lo que Mariela 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; Vommaro y Quiroz, 2011).

El creciente interés ha sido acompañado por una progresiva sofisticación teórica y rigurosidad empírica en el tratamiento de un tema que se niega a desaparecer tanto de las discusiones académicas como de las dinámicas políticas en las sociedades contemporáneas como predecían equivocadamente los que vinculaban el clientelismo con la modernidad y quienes pronosticaban apresuradamente su destierro a manos de la beligerancia popular.

No es este el lugar para realizar una revisión exhaustiva de la literatura sobre clientelismo y patronazgo (véase, por ejemplo, Combes, 2011). Lo que me interesa resaltar es que, a pesar de las innovaciones teóricas y metodológicas, buena parte de la literatura demuestra lo que Stathis Kalyvas denomina cierta “preferencia epistémica” por datos que son fácilmente codificables (gasto público, respuestas a encuestas de opinión, por ejemplo) por sobre datos que son más “desprolijos” (del tipo de los que presenta este libro [véase también Vommaro y Quiroz, 2011]). Estos datos menos “duros” son, a mi entender, más útiles para dar más adecuada cuenta de la “doble vida del clientelismo político” –en la objetividad de la distribución de recursos y apoyo, y

en la subjetividad de las disposiciones que la sostienen– y de su relevancia en la práctica de distintos actores. En consecuencia, buena parte de los estudios existentes nos dice mucho sobre “objetos pre-construidos” (elecciones y distribución de planes sociales, por ejemplo) y poco sobre la organización cotidiana del clientelismo en la vida de los sectores más relegados y sobre las lógicas prácticas de los actores involucrados.

El resultado, a mi entender, es una comprensión de la política clientelar basada en modelos que excluyen la pregunta por la realidad del modelo –asumiendo que existen “juegos” entre máquinas y clientes, “cálculos” racionales realizados por individuos estratégicos, etcétera–. Se sigue así centrando el análisis en individuos y organizaciones (máquinas, clientes) a expensas de las relaciones entre ellas. La fuente de la acción clientelar eficaz yace (es el mensaje más o menos explícito del libro) en las relaciones entre sujetos –patrones, clientes, mediadores– y no en las intenciones más o menos aviesas y/o estratégicas de estos.

Cierto es 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 distribuyendo bienes colectivos a 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.

La durabilidad del clientelismo se debe entonces a la consolidación y legitimación de dos tipos de prácticas (por un lado, la búsqueda de votos y/o 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, la vida cotidiana de los sectores populares).

La política de los pobres expresa un ejercicio, más o menos exitoso de acuerdo con cada lectura pasada y futura, de “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 la investigación se inserta cerca (o dentro) del fenómeno a estudiar a los efectos de detectar cómo y por qué los actores en la escena actúan, piensan y sienten. La etnografía política nos permite trascen-

der la superficialidad de las encuestas de opinión (¿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 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 así como estrategia de resolución de problemas por parte de los pobres urbanos.

Relaciones, durante las elecciones pero también en el transcurso de la vida cotidiana: es allí, argumenta este libro, donde hay que centrar el análisis del clientelismo. Estas, 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.

La versión original del libro advertía al lector sobre los posibles “malos entendidos” y “malos usos” del término “clientelismo”. Una lectura particularmente perniciosa e interesada del libro sostuvo que su argumento central era que “la política de los pobres” era, por excelencia, clientelar. Nada más alejado de mi intención. El libro fue concebido como un intento por entender, a partir de un recorte analítico, un tipo de relación política entre los más desposeídos, sin hacer ningún tipo de afirmación acerca de su primacía sobre otras ni ningún tipo de diagnóstico general y generalizador –que suelo evitar porque me parecen fundamentalmente impresionistas y carentes de profundidad–. Cuando concluía la redacción de la versión original, comencé a entender el libro como una invitación a la investigación etnográfica de la política contemporánea; etnografía que, iluminada por preocupaciones teóricas, tuviese la necesaria rigurosidad empírica. La reedición de este libro reitera esta invitación. Mucho es lo que queda aún por hacer.

BIBLIOGRAFÍA

- Calvo, Ernesto; Murillo, María Victoria (2004): “Who Delivers? Partisan Clients in the Argentine Electoral Market”, en *American Journal of Political Science*, 48 (4), pp. 742-757.
- Combes, Hélène (2011): “¿Dónde estamos con el estudio del clientelismo?”, en *Desacatos*, 36, pp. 13-32.
- Giraudy, Agustina (2007): “The Distributive Politics of Emergency Employment Programs in Argentina”, en *Latin American Research Review*, 42 (2), pp. 33-55.

- Helmke, Gretchen; Levitsky, Stephen (eds.) (2004): "Informal Institutions and Comparative Politics", en *Perspectives in Politics*, 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*, 1, pp. 475-494.
- Kitschelt, Herbert; Wilkinson, Steven I. (eds.) (2007): *Patrons, Clients and Policies: Patterns of Democratic Accountability and Political Competition*, Nueva York, Cambridge University Press.
- Nichter, Simeon (2008): "Vote Buying or Turnout Buying? Machine Politics and the Secret Ballot", en *American Political Science Review*, 102(1), pp. 19-31.
- Quirós, Julieta (2006): "Cruzando la Sarmiento", en *Los piqueteros en la trama social del sur del Gran Buenos Aires*, Buenos Aires, IDES.
- Remmer, Karen (2007): "The Political Economy of Patronage: Expenditure Patterns in the Argentina Provinces, 1983-2003", en *Journal of Politics*, 69(2), pp. 363-377.
- Stokes, Susan (2005): "Perverse Accountability: A Formal Model of Machine Politics with Evidence from Argentina", en *American Political Science Review*, 99(3), pp. 315-325.
- Szwarcberg, Mariela (2010): "Clientelismo en democracia: lecciones del caso argentino", en *Nueva Sociedad*, 225, pp. 139-155.
- Tosoni, Magdalena (2007): "Notas sobre el clientelismo político en la ciudad de México", en *Perfiles Latinoamericanos*, 29, pp. 47-69.
- Vommaro, Gabriel; y Quirós, Julieta (2011): "'Usted vino por su propia decisión': repensar el clientelismo en clave etnográfica", en *Desacatos*, 36, pp. 65-84.
- Weitz-Shapiro, R. (2006): "Partisanship and Protest: The Politics of Workfare Distribution in Argentina", en *Latin American Research Review*, 41, pp. 122-147.