

Daniel A. Ciganda

"Lineamientos teóricos para el abordaje del clientelismo político"

(Documento de Trabajo Estudiantil).

Presentación.

Podría realizarse una lista muy extensa de problemáticas sociales que a pesar de su difusión y permanencia no se convierten en *problemas* de investigación relevantes para las ciencias sociales. Sin lugar a dudas, en nuestro país el clientelismo político No figuraría en esta hipotética lista. Si bien es cierto que pueden señalarse muchas carencias al tratamiento que el tema ha recibido desde el ámbito académico, este ha sido objeto de numerosas reflexiones de investigadores y académicos tanto desde la sociología como desde la ciencia política y la historia¹.

La sección segunda del presente trabajo se dedicará, entonces, a revisar cómo se ha tratado el problema del clientelismo desde la ciencias sociales en Uruguay, analizando los distintos lugares que ha ocupado como variable en la explicación de algunos fenómenos políticos y sociales. Esto nos permite no sólo repasar las distintas hipótesis vinculadas al tema, sino también su evolución hasta la fecha, trayectoria que se recorre a lo largo de esta sección.

A pesar de que no se puede hablar de una ausencia de e investigaciones o trabajos referentes al clientelismo político, como se dijo antes, si se pueden formular críticas o señalar algunas carencias en las existentes. La primera y mas notoria tiene que ver con la predominancia de trabajos teóricos, las investigaciones que trabajan sobre datos empíricos son solamente dos, a lo que se suma la antigüedad de la primera de ellas. El libro de Germán Rama "Club político" publicado en 1971 aportó

¹ Al menos teniendo en cuenta el grado de desarrollo y los medios de que disponen estas disciplinas en nuestro país.

material empírico muy interesante que fue retomado por Panizza² en uno de los trabajos que otorgó al clientelismo un papel central como variable en la explicación de algunos procesos y sociales del Uruguay moderno. Sin embargo durante un largo tiempo no se generaron nuevas investigaciones empíricas ante el predominio de las hipótesis que señalaban una decadencia de las prácticas clientelísticas. Es el renovado interés por el tema que surge en la segunda mitad de la década del noventa el que motivó una "revisita" al Club político realizada por Juan Pablo Luna en un libro de reciente publicación³.

La escasez de abordajes empíricos no sólo se explica por los motivos señalados antes -y que se detallan en el la sección segunda-, también podría apuntarse, al menos durante cierto tiempo, la inexistencia o difícil acceso a herramientas teóricas para un abordaje empírico del clientelismo político.

Esto último tiene relación con otra serie de carencias que presentan los trabajos sobre clientelismo en Uruguay relacionadas a la utilización del concepto y el nivel al que se lo analiza. Tanto en los abordajes empíricos como en los teóricos y ya sea que se le de un lugar central o marginal, todos los trabajos se ubican en el nivel macro de análisis. En este plano se han intentado algunas explicaciones del clientelismo como fenómeno, pero fundamentalmente se han analizado sus consecuencias sistémicas; sobre el sistema político, las instituciones estatales o el desarrollo económico.

Esto no quiere decir que este tipo de enfoques no sean válidos, el problema es que la concentración en el nivel macro de análisis ha obstaculizado el tratamiento del clientelismo como relación social, por lo que el concepto ha sido utilizado en su significado cotidiano. El empleo del término en su sentido común no permite un intento de explicación desde la sociología o la ciencia política, lo que necesita de una definición *previa* del concepto en términos socio-lógicos o polito-lógicos.

² "Uruguay: Batllismo y después. Pacheco, militares y tupamaros en la crisis del Uruguay batllista" (1990).

³ "La política desde el llano" (2004)

En esta dirección han avanzado muchos de los estudios de clientelismo realizados en otros países, las discusiones teóricas sobre la definición y utilización del concepto, la acumulación de investigaciones empíricas y la introducción de herramientas teóricas provenientes del análisis de redes han permitido afinar el análisis del clientelismo político vinculando su funcionamiento a nivel micro con sus macro consecuencias.

La primera sección está dedicada a presentar este marco conceptual para el estudio del clientelismo; a la definición del concepto sigue un intento de rastrear los procesos que hacen de este un arreglo "problemático", posteriormente se delimita la evolución del clientelismo y su vinculación con los partidos políticos. A lo largo de esta sección se presentan y discuten las distintas perspectivas desde las que se ha tratado el tema, dejando para la última la argumentación y propuesta del que creemos es el enfoque mas potente para analizar el problema que nos ocupa.

I. Sección primera.

Ia. Introducción

"El Big man es un hombre que posee un poder adquirido gracias a sus propios méritos, y que por tanto no es heredado o heredable. Estos méritos provienen de la superioridad que demuestra en el ejercicio de diversas actividades: competencia y esfuerzo en el trabajo agrícola, valentía en la guerra, dones oratorios y poderes mágicos. Pero (...) todos estos talentos no bastarían a un Big man si no se les añadiese un don que parece desempeñar un papel decisivo en la formación de la fama y el poder de este hombre: la capacidad de acumular riquezas y de redistribuirlas con una generosidad bien calculada. (...) En torno a él se forma poco a poco una facción compuesta de parientes próximos, de aliados y de vecinos que consienten con gusto en ayudarlo en sus empresas mediante los servicios que le prestan o los regalos que le ofrecen." (Godelier, 1986:196).

"Como titular de una estructura de dominación de fundamento personal y retributivo, (...) su prestigio autoalimentado, (...) en el que se aúnan ejemplaridad y representatividad, porque esas cualidades son las que están en el campo de percepción de su secuencia, pero importan, a su vez, una sobrevaloración, una versión magnificada de los valores comunes del grupo social. Fortuna, coraje, habilidad desusada en el cumplimiento de las faenas que impone el medio, simpatía y calidez humanas, señorial vocación de proteger, sagacidad a veces sin escrúpulos, aptitud para la adopción de peligrosas decisiones, capacidad de congregación y de arrastre nutrida en admiraciones, devociones, fidelidades, de variado quilate nutren el lote de atributos. El caudillo representa en su aceptación en la masa una forma esencialmente mixta de legitimación nacida de dos fuentes: el prestigio personal y el cumplimiento de funciones que lo validan retributivamente. (...) cuando el caudillo tiene poco que dar -inmediatamente- o no está investido con algún rol legal, su poder de atracción baja sustancialmente". (Real de Azúa, 1969)

El primero de estos fragmentos corresponde a los análisis antropológicos sobre la producción de poder en algunas sociedades de Nueva Guinea antes de la colonización, el segundo pertenece al trabajo que Real de Azúa dedicó a las formas de legitimidad y poder político en la sociedad rioplatense del

siglo XIX. Ambos presentan algunas similitudes interesantes en la descripción de la lógica de producción y reproducción del poder a pesar de trabajar sobre referentes empíricos tan distantes en el espacio y el tiempo. Pero las similitudes quedan en el plano descriptivo mientras que los intentos de explicación difieren considerablemente. En el primer caso desde un enfoque marxista Godelier encuentra el mecanismo generador de estas prácticas en la centralidad del intercambio/sacrificio de riquezas para la reproducción de la vida y la sociedad en estas comunidades. Real de Azúa, en cambio, utiliza los tipos de legitimidad weberianos para entender la emergencia de estas relaciones en la supremacía de legitimidades carismáticas y retributivas sobre aquellas basadas en la tradición y la ley.

A partir de esta comparación queremos introducirnos en las coincidencias y divergencias en los distintos enfoques que, desde las ciencias sociales, se han ocupado del clientelismo/patronazgo.

Estas categorías han sido utilizadas para describir una *relación de intercambio recíproco*, relación cuyas características aparecen con claridad en ambos fragmentos; el vínculo es *asimétrico* en tanto liga a individuos ubicados en posiciones sociales diferenciadas por la capacidad de acceso y control de recursos. Estas posiciones son las que determinan el rol que cada uno de los participantes desempeña, el patrón distribuye *beneficios, protección y asistencia* hacia un cliente que recíproca brindando *lealtad, apoyo y servicios personales*. Aunque existen diversos grados de dependencia, la participación en la relación se define como voluntaria para distinguirla de otros lazos mantenidos únicamente por la coerción, -Ej. la esclavitud-. Al ser una relación *personalizada* el intercambio está regido por criterios *particularistas* lo que, como veremos luego, es uno de los factores que hacen de este arreglo un problema relevante de investigación en las sociedades contemporáneas. Hasta este punto existe un acuerdo entre los autores revisados sobre las características que se atribuyen a

este tipo ideal (Graziano,1997;Medrard 1976; Auyero,1997; Corrochano,2002; Falletti et al 1997)⁴

Las divergencias se hacen mas visibles cuando se intentan analizar los motivos que permiten la continuidad del vínculo, es decir cuando se buscan las bases en las que reside su legitimidad. Auyero distingue dos tipos de interpretaciones sobre este punto, por un lado las que entienden la acción social orientada normativamente y por tanto sitúan la continuidad del vínculo en la obligación moral que regula el intercambio de favores. El otro tipo de explicaciones descansa en una concepción instrumental de la acción, situando la legitimidad de la relación en la satisfacción del interés que los participantes obtienen (1996:43). Este mismo autor propone considerar los aspectos subjetivos de la relación, explorar los significados que rodean el intercambio y analizar la manera en que los individuos aprenden a ocupar las distintas posiciones en la relación para lo que desarrolla el concepto de "habitus clientelar"(1995). Es indudable que acercarse a la dimensión simbólica que rodea los intercambios puede aportar elementos valiosos a la comprensión de estas relaciones, sin embargo, a efectos de una mayor claridad en la definición, compartimos la opinión de Graziano cuando establece que "...lo esencial, para que se pueda hablar de clientelismo es la existencia, en el patrón como en el cliente, de un interés respecto a comportamientos de la otra parte que no son obtenibles si no es cointeresando al partner mediante incentivos particulares." (1997: 23) Esto no significa que imaginemos individuos calculadores que establecen relaciones con el único fin de maximizar su utilidad, lo que sucede en muchos casos es que no se diferencia entre los *distintos tipos de relaciones* que pueden vincular a dos individuos. Parecería que luego de establecer un vínculo patrón-cliente entre dos sujetos, estos estuvieran unidos *exclusivamente* por este tipo de lazo; como sabemos las personas mantienen diferentes tipos de relaciones entre si, por

⁴ También J Scott en Auyero 1996;Powell en Andrade 1996; Farinetti; Leal Buitrago,1997.

lo que dos individuos unidos por una relación de patronazgo pueden *al mismo tiempo* estar vinculados por relaciones de parentesco, amistad u otras. Analíticamente lo que distingue a la relación patrón-cliente es la satisfacción de necesidades a través del intercambio de recursos, lo que ocurre es que este tipo de intercambios están articulados en un conjunto mas amplio de relaciones, de lealtades y solidaridades primarias que lo dotan de significados que exceden el cálculo de la utilidad.

Ib. Origen del concepto

Como ha sido definida hasta ahora, la noción de clientelismo habría sido utilizada en principio en estudios antropológicos que intentaban describir determinadas pautas de relacionamiento en sociedades pre-modernas, estas interacciones diádicas organizadas en patrones jerárquicos rígidos, presentan un carácter no conflictivo en contextos todavía no penetrados por los patrones modernos de relacionamiento basados en el igualitarismo/universalismo.

Tanto en el análisis de los Big men como en el de los Caudillos puede observarse el papel fundamental del desempeño - la acción particular orientada a metas- en la conservación del poder, lo que no niega que en sociedades pre-modernas, o con procesos de modernización incipientes, la legitimidad resida básicamente en criterios adscriptivos como el linaje, propiedad de tierras, títulos, etc. El escaso margen para el cuestionamiento de la autoridad y por tanto de las desigualdades en la relación patrón-cliente aumentan los grados de dependencia y contribuyen con el mantenimiento del dominio personalista. A esto se suma el hecho de que la diferencia universalismo/particularismo no está disponible en los esquemas de clasificación, la definición de la identidad no se realiza sobre nociones universales como hombre o ciudadano; siguiendo a Günes-Ayata: "En las sociedades preindustriales, el individuo no existe aislado sino que es parte de una entidad - la comunidad,

sea ésta urbana o rural- que abarca todas sus identidades, incluyendo a las que están relacionadas con el parentesco y la familia" (1996:47).

En el caso específico de América Latina, los estudios utilizan esta noción tradicional de clientelismo sobre configuraciones sociales similares en algunos países de esta región, en donde se originan formas particulares de patronazgo. El caciquismo mexicano, el gamonalismo en Perú, los huasipungos ecuatorianos, el coronelismo en Brasil, el inquilinaje en Chile son algunas de ellas (Falleti y otros 1997). A grandes rasgos se pueden entender estas figuras como el producto de un contexto caracterizado por la presencia de concentraciones de poder privado basado en la posesión de grandes extensiones de tierra - principal recurso productivo-, en torno a las cuales funcionaba una compleja red de relaciones sociales articuladas entorno a la figura del propietario - encarnado en la figura del coronel, cacique, etc -. Al organizarse en torno a un poder personalizado, la distribución de los recursos se encauzan a partir de criterios particularistas, los mercados son controlados mediante unidades primordiales, impidiendo el flujo abierto de recursos y oportunidades de movilidad (Roniger, 1997:110). En este conjunto social cerrado tanto la conservación del poder -por parte del patrón- como el acceso a los recursos - de parte de los clientes- dependen de la participación en relaciones clientelares.

Dentro de este esquema el clientelismo aparece como una relación típica de contextos pre-modernos, es decir como un patrón "natural", o mejor no conflictivo, de coordinación de las acciones en la medida en que no entra en contradicción con otras instituciones reguladoras de la actividad social.

Ic. Procesos de modernización: el clientelismo como problema.

El estudio del clientelismo en las sociedades contemporáneas ha sido motivado por preocupaciones de distinto tipo, sin embargo la mayoría de estos trabajos comparten la idea de estar trabajando sobre una relación problemática. En el lenguaje cotidiano, a su vez, el término posee una fuerte connotación negativa lo que se verifica con un breve repaso del tratamiento que la prensa dedica al tema. Pero para entender esta conceptualización del clientelismo es necesario repasar algunas de las transformaciones que hicieron de estas relaciones un problema social y, por tanto, un problema sociológico.

La modernización social supone el desarrollo paralelo de algunos procesos que desde distintos lugares acotan el espacio de las relaciones personalizadas en la integración social. El tránsito de la comunidad a la sociedad ha sido descrito desde la sociología como el producto de la división del trabajo que implica una creciente diferenciación y especialización de tareas y la racionalización de las orientaciones subjetivas de la acción. Para Habermas "(...) una progresiva división del trabajo sólo cabe esperarla en aquellos sistemas de interacción que se cuiden de dar forma institucional al poder de organización y a las relaciones de intercambio"(1981:226). Esto implica la adopción de patrones de regulación de las relaciones de poder y de intercambio independientes de las instituciones encargadas de asegurar la integración social a través de las normas. La aparición del Estado separa la legitimidad del poder político de las obligaciones derivadas del sistema de parentesco, el fundamento tradicional de la autoridad deja el lugar a la capacidad de sanción del Estado en base a principios racionales y abstractos.

Algo similar ocurre con las relaciones de intercambio en tanto en las sociedades premodernas "una importante parte de la circulación de bienes económicos depende de las relaciones creadas por el matrimonio; los servicios circulan la mayoría de las veces en forma no económica de auxilios recíprocos exigidos normativamente." (Habermas 1981:231) La modernización implica la diferenciación de estas relaciones de otros tipos de

instituciones mediante la consolidación del dinero y el derecho privado como mecanismos impersonales de regulación de las transacciones entre sujetos libres e iguales, el trabajo asalariado permite la satisfacción de las necesidades mediante contratos impersonales con diversos proveedores de productos y servicios cuyo acceso dependía antes de la participación en relaciones de intercambio particularizadas.

La consolidación del Estado moderno y la economía de mercado suponen la aparición de ámbitos de organización formal que al regular las relaciones a través de medios ya no necesitan de una adhesión de tipo normativo, desligándose de las funciones de socialización/formación de la identidad, introducen una diferenciación clara entre el ámbito público y el privado, el individuo es el fundamento de las relaciones económicas de carácter privado pero también es la unidad de referencia del espacio público en su calidad de ciudadano. "De tal modo, del proceso histórico de occidente resulta la homogeneización del espacio político, convertido ahora en un campo uniforme en que concurren sólo individuos bajo el imperio único del Estado" (Escalante,1995:32).

Las formas de organización política de las sociedades democráticas se fundamentan, en el plano ideológico, en los derechos de ciudadanía y soberanía popular, al fundarse en una concepción individualista de la sociedad, la democracia pone a los ciudadanos, iguales entre si, como los legítimos sujetos políticos, esto supone un vínculo directo del individuo con el Estado en el que, entre el soberano y los representantes, no hay lugar para las sociedades de intereses -grupos, asociaciones-. Vinculado a esto aparece el principio de la representatividad, por el que el representante está llamado a velar por los intereses colectivos y no a defender intereses particulares. La democracia implica el ejercicio del poder público en público, esta debe ser la norma para que el gobierno del pueblo, o controlado por el pueblo, pueda efectivizarse. El "buen ciudadano" democrático es aquél que participa activamente en el espacio público guiado por el interés de expresar sus ideas

políticas (Bobbio,1991).

De esta manera el clientelismo, como relación que puede observarse en diversos ámbitos, se vuelve problemático para las teorías que preveían que los mecanismos de distribución y acceso a los recursos basados en criterios formales y universalistas anularían este tipo de relaciones. Pero el clientelismo se torna problemático en otro sentido cuando se refiere a la política y al espacio público, las relaciones particularizadas de intercambio con vistas a la satisfacción del interés individual de los participantes contradicen el deber ser del funcionamiento de las relaciones políticas. "Se supone que los individuos que asumen roles en las instituciones políticas -y en las estatales en general- no están dominados por motivos particularistas sino por concepciones universalistas orientadas a la obtención de alguna versión del bien público" (O`donnell,1996:18) Es decir que en las sociedades democráticas el estudio del clientelismo está permeado por la tensión existente entre el sistema normativo -el ordenamiento jurídico-político que regula el funcionamiento de la sociedad- y el sistema pragmático -el funcionamiento que se da de hecho-.(González Alcantud, 1997).

Id. Los "problemas" del clientelismo en las sociedades contemporáneas

A pesar del origen antropológico del concepto y su referente empírico en sociedades tradicionales, los científicos sociales habrían adoptado esta noción para explicar algunos comportamientos observados en las sociedades contemporáneas (Landé,1977). Aunque esta idea puede servir para ilustrar el origen del concepto, el desarrollo presentado en Ic. intenta aclarar algunas de las mutaciones producto de tan largo recorrido. En este sentido parece útil establecer dos tipos -ideales- para ubicar los estudios contemporáneos sobre clientelismo, en uno colocaríamos aquellos trabajos que se concentran en un análisis detallado de la relación, sus

transformaciones, y las discusiones en torno a sus características, formas de funcionamiento y límites. El otro grupo estaría compuesto por estudios que utilizan la noción de clientelismo para destacar sus efectos -perversos- sobre el sistema político, la administración pública, los procesos de democratización, la acción "ciudadana", etc. Es decir que estas mutaciones provienen por un lado de la necesidad de adaptar el concepto a nuevos contextos, y por otro del nuevo lugar "problemático" que ocupa la relación en nuestras sociedades.

Aunque puedan presentar alguna consideraciones interesantes, en general el segundo tipo de enfoques no produce aportes significativos a la comprensión del fenómeno ya que al concentrarse mayormente en sus consecuencias, con un fuerte énfasis normativo, dejan de lado la tarea de explicar la convivencia de estas relaciones con las "nuevas" instituciones formales⁵. Guillermo O`donnell propone entender el clientelismo como una institución informal de amplia difusión en los países bajo procesos de democratización, estos procesos encuentran un obstáculo en la presencia de estas relaciones en tanto "El particularismo-y su contraparte, concepciones y prácticas neopatrimonialistas y delegativas de gobierno-es antagónico con uno de los principales aspectos del complejo institucional de la poliarquía: la distinción, en términos legales, normativos y de comportamiento, entre una esfera pública y una privada". (O`donnell,1996:18)

Partiendo de las distinciones vigentes en el sistema normativo de las sociedades democráticas modernas también se puede establecer una distinción clara entre clientelismo y ciudadanía "(...)el clientelismo, que está tan ampliamente extendido en las democracias latinoamericanas, detiene el poder de los grupos populares organizados bajo nuevas reglas políticas y frustra la promesa de un cambio institucional" (Escobar,2002:36). Muchas veces el clientelismo es "explicado" como un producto directo de las situaciones de pobreza que

⁵ Lamentablemente, como veremos mas adelante, la literatura uruguaya sobre el tema presenta, casi en su totalidad, estas características.

permiten la manipulación de los clientes por las maquinarias partidarias que utilizan esta vía para conservar su poder. Esto no quiere decir que estas no sean claves posibles para acercarse a las relaciones clientelares, el problema es que la imagen que se utiliza es la de una serie de prácticas violentas que los partidos despliegan en contextos marginales en algunos países de Latinoamérica, "acarreo" de votantes, compra del voto, coacción sobre los electores, etc. Evidentemente el clientelismo no se agota en estas prácticas, es más, muchas de estas ni siquiera entran dentro de la definición del término⁶. Evitar este tipo de reducciones implica un trabajo más fino sobre las formas que adaptan estas relaciones en nuestras sociedades.

Los analistas que se han ubicado en el nivel micro para estudiar el funcionamiento de las relaciones clientelares han tratado de adaptar la categoría para su aplicación en nuevos contextos. En esta dirección es que se ha establecido la diferencia entre un clientelismo "tradicional" y un clientelismo "moderno". Varios autores están de acuerdo que las vinculaciones clientelares tradicionales son más "totalitarias" (Cazorla, 1992) o más "extensivas" (Farinetti) en el sentido que abarcan múltiples aspectos de la persona y demandan un mayor compromiso de los participantes. Como sostuvimos antes, el clientelismo tradicional se observa en un contexto "cerrado" en términos de oportunidades de movilidad social en el que el acceso y distribución de los recursos está fuertemente controlado, pero las posiciones de poder pueden estar sometidas a una constante disputa entre patrones. Esto genera lazos de dependencia entre las partes más vigorosas, el patrón posee más poder sobre sus clientes, pero para mantener su posición le es vital la obediencia del conjunto de individuos que lo rodean, "El clientelismo rural tradicional en su forma arquetípica tiende a ser predominante en escenarios en los cuales los subordinados son muy dependientes de sus superiores, y en los que los últimos necesitan enormemente de apoyo de grupos leales de dependientes

⁶ Al reducir el fenómeno a sus manifestaciones electorales se incluyen prácticas que se corresponden más con situaciones de manipulación del voto.

personales." (Landé,1977).

La estabilidad de la relación sería menor en contextos modernos en la medida en que las posiciones sociales dejan de ser -directamente- heredadas y se abren las posibilidades al cuestionamiento de las desigualdades, el mantenimiento de la posición de patrón depende cada vez mas del desempeño, es decir de la capacidad de distribuir bienes y servicios de manera eficiente (Gunes Ayata,1997:50). De aquí se deriva la idea de un creciente pragmatismo como fundamento de las transacciones clientelares, posibilitando la aparición del "clientelismo posmoderno" en el que el deseo de autorrealización, el desencanto del mundo y las constricciones que este impone a los individuos, situarían al clientelismo como "un estilo de vida política factible" en el que los clientes huyen voluntariamente de sus responsabilidades políticas (Corrochano,2002). Claro está que, manteniendo sus características fundamentales, las formas específicas que adopte la relación dependerán del contexto particular en el que se estudia el fenómeno.

Ie. Clientelismo y partidos políticos.

El modelo teórico utilizado para explicar el proceso empírico de constitución de las sociedades modernas supone que el poder del Estado aumenta "absorbiendo" el de otras instituciones sociales, "Todas las formas intermedias de organización y subordinación -señoríos, gremios, corporaciones- han ido siendo desautorizadas poco a poco, se ha reducido su influencia y su capacidad jurídica, y han terminado por ser anuladas como formas políticas." (Escalante, 1995:32). Los patronos tradicionales pierden su poder al concentrarse la autoridad en el aparato estatal que organiza burocráticamente la distribución de los recursos. La libertad de elección que supone la idea de ciudadanía depende de la capacidad de esta institución para eliminar cualquier forma de coacción sobre el individuo posibilitando la acción del colectivo como un todo.

Esto exige que el individuo conforme su entidad por la pertenencia a un unidad social que ya no queda delimitada por marcos interactivos concretos. "La pertenencia social al colectivo es interpretada con la ayuda de la ficción de una adquisición básicamente contingente del carácter de "socio", en este caso, del carácter de miembro de un Estado. En las familias se nace, mientras que la ciudadanía reposa sobre un acto jurídico. La ciudadanía no se "tiene" como se tiene un origen. Se la puede adquirir y perder". (Habermas, 1981:241)

Sin embargo, la imagen de un individuo "solo" ante el Estado de nada sirve para la interpretación de los fenómenos políticos observables en cualquiera de las sociedades contemporáneas ya que esto implicaría, por ejemplo, la negación de la existencia de partidos políticos.

El punto aquí es que la simplificación o interpretación lineal del modelo teórico utilizado para explicar el proceso de formación de las sociedades modernas, subestimaría el papel de los distintos grupos intermedios, comunidades, asociaciones, *redes*, a las que los individuos permanecen integrados. Los vínculos interpersonales continúan influyendo de manera decisiva en la conformación de las identidades, delimitan pertenencias a colectivos y de esta manera explican gran parte de las acciones individuales.

Bajo regímenes de gobierno democrático los partidos políticos cumplen un papel central en la medida que monopolizan la competencia por el control de la distribución de recursos provenientes de las instituciones estatales, al consolidarse como intermediarios privilegiados entre estas instituciones y la sociedad civil los políticos se convierten en actores centrales en la articulación de las redes clientelares. Autores como Cazorla (1992) y Corrochano (2002) sostienen que el "clientelismo moderno" es el clientelismo de partidos. Se trataría de un intercambio impersonal y pragmático de votos por favores. Lo que Graziano (1997) denomina "clientelismo de masas" -término que luego retoman algunos autores- caracterizado fundamentalmente por: rol preeminente del partido, clientela horizontal y uso

clientelístico de la sociedad civil. Lo paradójico de esta nueva situación clientelar es que el vínculo personalizado y diferencial se esconde tras el ideal de una relativa *igualdad* entre los *ciudadanos*.

En el extremo, el partido, carente de cualquier principio ideológico, se organiza de manera pragmática con el objetivo de obtener la mayor cantidad de recursos posibles mediante la utilización de cualquier medio disponible, de esta manera satisface las demandas particularistas de sus electores y asegura la continuidad de sus miembros en posiciones de poder. Estas son las características del "partido maquina" que Scott observa en las primeras décadas del siglo XX en los Estados Unidos, que surgirían como respuesta a una desorganización extrema de la sociedad civil. O sea que el modelo propuesto por Scott sólo se aplica bajo contextos muy particulares, por lo general los partidos son organizaciones bastante mas complejas cuyas funciones exceden las de distribución universalista o particularista de recursos. Los partidos también "sirven como base para la formación de un nuevo tipo de identidad, un sentido de pertenencia a una comunidad imaginada y como medio de acceso potencial a los centros de poder."(Gunes Ayata, 1997:49). Como intentaremos mostrar en el siguiente punto la dinámica de las *redes* clientelares exige el análisis de relaciones que superan los límites de las organizaciones partidarias.

If. De la díada a las Redes

El desarrollo del análisis relacional y la amplia difusión de la noción de redes han permitido la introducción de nuevos elementos para el análisis de las relaciones patrón-cliente. El concepto de red intenta captar el conjunto de lazos que vinculan a los miembros del sistema social a través, y mas allá, de las categorías sociales y los grupos cerrados. (Wellman,2000:3). Al configurarse en trono de relaciones interpersonales "las redes [informales] son formas de vinculación social y reconocimiento,

que producen orden por medio de la confianza" (Escalante,1995:35). A pesar de los cambios producidos por la modernización los estudios de redes sociales demuestran que las relaciones primarias son un vehículo fundamental para el flujo de recursos materiales, apoyo emocional o información entre los integrantes de las redes, estas configuraciones aparecen como un elemento clave para entender la distribución de recursos escasos en un sistema dado.

Los vínculos pueden ser de distinto tipo: parentesco, etnicidad, de amistad, religiosos, políticos, etc. El tipo de red que se estudie y el contexto cultural determinarán cual de estos predomina para el caso. Las redes no implican necesariamente el contacto *directo* de cada uno de los miembros integrantes, por el contrario una de las características mas salientes de las redes es que sus integrantes pueden vincularse indirectamente a través de uno o varios intermediarios. Incorporando estas nociones se ha pasado del estudio de la tradicional relación jerárquica de carácter diádico al de los "sistemas de patronazgo" (Boissevain 1966) o las redes informales de intercambio (Lomnitz 1988).

Boissevain sostiene que para entender las relaciones patrón-cliente como un *sistema* es necesario incorporar la idea de que dos díadas pueden hacer una tríada cuando existe un intermediario a través del cual se produce la superposición de dos redes, esta superposición permite el establecimiento de *potenciales* vínculos de reciprocidad entre individuos que no están enlazados directamente.

Tanto el trabajo de Boissevain como en el de Lomnitz se señala que las redes informales de intercambio se desarrollan al interior de los sistemas formales supliendo sus deficiencias -y contribuyendo a perpetuarlas-, pero no se limitan a explicar estos sistemas como consecuencia de la escasez de recursos, ambos coinciden en que los vínculos de reciprocidad que permiten el intercambio están anclados en lealtades sociales primarias como el parentesco o la amistad. Argumento similar al de Bezzera que, analizando la corrupción en Brasil, sostiene que

"(...)el ejercicio de una función pautada por patrones impersonales no parece retirar a las personas de las relaciones personales en las que se encontraba inmerso. Lo que parece ocurrir mas frecuentemente es que en vez de que el ejercicio de esta función proporcione una ruptura con las relaciones personales, ella acaba siendo "embebida" por estas ultimas" (1993:32).

El tratamiento que Auyero hace de las relaciones clientelares está menos orientado a señalar sus repercusiones sobre el sistema formal, pero también enmarca estas relaciones en una estructura mas amplia. Observando estas prácticas en situaciones de pobreza propone ubicarse desde el "punto de vista de los clientes" para entenderlas como una "red de resolución de problemas", organizada en torno a los "punteros" - mediadores, brokers- del partido Justicialista Argentino, mas que como un mecanismo de manipulación política. Lo que observa es la superposición de las redes de sobrevivencia con las redes políticas, retoma a algunos analistas de redes como Knoke o Granovetter para la definición de redes políticas como: "Un conjunto de contactos regulares o conexiones sociales similares entre individuos o grupos en los cuales, al menos uno de ellos es miembro de un partido político o funcionario estatal". Luego señala que "las estrategias de sobrevivencia están ancladas en una red política de resolución de problemas porque se expresan en las interacciones entre agentes de un partido político o funcionarios estatales y los residentes de la villa." (Auyero 2001:100)

La introducción de la noción de Red ha permitido avanzar en la comprensión de las relaciones patrón-cliente intentando superar la brecha entre los micro y macro niveles de análisis en la medida en que "(...)las características sociales estructurales determinan, en gran medida, el ámbito en el que operan los lazos diádicos. (...) las estructuras sociales crean "focos" relativamente homogéneos, en medio de los cuales la mayoría de los individuos escogen sus socios en la díada". (Wellman, 2000:25) Es decir que el análisis de las relaciones clientelares está

atado necesariamente a la observación de otros tipos de lazos que vinculan a los participantes vehiculizando y organizando la forma específica que adoptan estos intercambios recíprocos asimétricos. Cuando nos referimos al clientelismo político la manera en que los "socios" de la díada clientelar se "eligen" supone una observación mas amplia de cómo se produce la mediación entre el partido y sus adherentes, la manera en que se crean estos "focos" y los recursos diferenciales que manejan los participantes.

Ig. Mediadores

Al tratar de describir la forma de organización en redes que asumen los intercambios clientelares, la posición de mediador adquiere un interés especial, en algunas redes articuladas políticamente esta posición es tan relevante que existen individuos "especializados" en estas funciones: Capituleros en Perú; cabo electoral en Brasil; gestor, padrino político o cacique en México; precinct captains en Estados Unidos; caudillo barrial, referente o puntero peronista en Argentina; caudillo barrial o, mas recientemente, operador político en Uruguay. Con estos nombres se ha conocido, en diferentes momentos de la historia, a aquellos integrantes del partido encargados de "gestionar" y distribuir los recursos propios del partido y aquellos provenientes de su control de las instituciones estatales en relación directa con los adherentes o los potenciales electores.

Auyero incorpora algunas herramientas del análisis de redes para acercarse a las prácticas de los mediadores, diferencia el "circulo intimo" conformado por personas que mantienen *lazos fuertes* con el mediador sustentados en relaciones de amistad o parentesco real o ficticio, de aquel "circulo externo" en el que participan personas vinculadas a este mediante *lazos débiles* activados ocasionalmente en situaciones de necesidad. Estos lazos se mantienen producto de la posición que ocupa el broker

en la red -poder posicional-, la que le permite acceder a información y recursos que selectivamente distribuye entre los miembros que integran sus círculos, es decir su clientela. Una práctica fundamental para el mediador, entonces, consiste en cosechar relaciones y vínculos de distinto tipo, por un lado aquellos que le permiten el acceso y control de más información y recursos, y por otro los que le permiten incrementar el número de sus clientes, es decir incrementar según Wacquant su capital social: "Entre los recursos a los que los individuos pueden acudir para implementar estrategias de movilidad social están esos que potencialmente pueden proveer sus amantes, parientes y amigos, y por los contactos que puedan desarrollar dentro de las asociaciones formales a las que ellos pertenecen, en suma, los recursos a los que los individuos tienen acceso en virtud de estar socialmente integrados en grupos solidarios, redes u organizaciones (...)". (en Auyero 2001:105)

Esto ilustra claramente la idea de que el reconocimiento de la posición de patrón o mediador pasa a estar cada vez mas vinculada al desempeño, lo que para nada niega la presencia de elementos adquiridos, que en el caso de las organizaciones políticas pueden tener una influencia muy fuerte, como la tradición familiar. Mas allá de esto, el intermediario debe demostrar su capacidad para utilizar sus vínculos con individuos en posiciones de poder para beneficiar su contexto de relaciones "cara a cara", convirtiéndose en el nexos que posibilita la inclusión de lo local en redes más amplias.

II. Sección segunda

Concluir que, por su extensión y persistencia, el clientelismo puede postularse como un "universal antropológico" (González Alcantud, 1997) de poco nos sirve para entender este tipo de relaciones. Las condiciones que permiten su funcionamiento, así como las formas específicas en las que operan están ligadas, en parte, al desarrollo socio-histórico específico del contexto en el que son observadas. Por esto, en adelante se seguirán algunas líneas de interpretación del recorrido histórico del Uruguay, y de la conformación de los rasgos característicos de su sistema político. Estas características nos informan tanto del referente empírico como de los esquemas de distinción desde los que se lo aborda, es decir que este repaso sirve también para ilustrar el tratamiento que se ha dado al clientelismo desde el ámbito académico en nuestro país.

IIa. El clientelismo pastoril y caudillesco

Como señalamos antes el clientelismo tradicional se asocia en América Latina a un tipo de organización social, que al estructurarse en torno a un poder personalizado, regula la distribución de recursos a partir de criterios particularistas. En este conjunto social cerrado y con bases tradicionales, tanto la conservación del poder del patrón como el acceso a los recursos por los clientes dependen de la participación en relaciones personalizadas de intercambio. Pero la configuración social a la que refieren estos estudios del clientelismo tradicional, no fue exclusiva del continente Americano, en este sentido resultan ilustrativas las palabras de Cazorla referentes a la situación de España hasta las primeras décadas del siglo XX:

"Es comprensible pues que durante siglo y medio, la cultura política considerase al caciquismo como una institución positiva, en la medida en que ninguna otra era capaz de ofrecer la clase de ayuda y protección que el cacique proporcionaba, al servir como intermediario en las relaciones con los propietarios y con la burocracia oficial, y facilitando empleos más o menos estables a su clientela. Por lo general, los caciques eran propietarios agrícolas que, sobre todo en las regiones en que abundaban los jornaleros sin tierra, asumían el papel de jefes políticos de un partido en la comarca o la región, mediante el control del mercado de empleo y la utilización de diversas formas de particularismo y favoritismo hacia pequeños agricultores. Operaba una especie de "imperativo moral" que conducía a los patronos a mostrarse generosos (lo que les confería prestigio y a la vez una clientela agradecida), y no se censuraba la desigualdad, que se consideraba como "natural", sino la falta de caridad." (1992)

En el trabajo al que hicimos referencia mas arriba Real de Azúa analiza los tipos de legitimidad factibles de concreción en la sociedad rioplatense, estableciendo que la débil implantación de la autoridad colonial y el proceso revolucionario secularizante y rupturista obstaculizaron la fortaleza de legitimidades "consuetudinarias" y numinosas. Una legitimidad moderna de tipo ideológica⁷ es impensable en una sociedad con un nivel de racionalización incipiente, cuyas pautas de conducta se adscribían mayoritariamente en criterios emocionales, afectivos, particulares. No es difícil concluir que las únicas formas de legitimidad capaces de echar raíces en esta sociedad decimonónica eran la personal y la retributiva; de su combinación nace la fuerza del fenómeno caudillista. El prestigio personal se verifica en la imagen que se tenía de algunos caudillos en los que se depositaba una versión magnificada de los valores compartidos socialmente -destreza, liderazgo, etc.-. Pero estos atributos no eran suficientes para conservar el apoyo de sus seguidores, para esto necesitaba del cumplimiento de funciones que lo validaran retributivamente y

⁷ Real de Azúa entiende que el tipo de legitimidad racional-legal de Weber necesita de una base "ideológica" que plantee como necesario el orden formal.

sin las cuales su poder de adhesión no se sostendría. La descripción de las funciones desempeñadas por el caudillo no solo son relevantes para ilustrar la centralidad de la legitimidad retributiva en la generación de adhesiones, sino que nos permite vincularlas con la tensión, a la que hacíamos referencia antes, entre el sistema normativo y el pragmático.

"La primera y sustancial de estas funciones condicionantes era la que le permitió suplir pragmáticamente las deficiencias de un marco socio-político caracterizado por una radical discontinuidad entre la concentración humana y económica de cada capital y del campo casi desierto de la ganadería extensiva o los precarísimos pueblos. Un marco peculiarizado por la falta de toda textura institucional de sostén y por el primitivismo áspero de las pautas de conducta de esa inmensa mayoría que, como se decía, poco tiempo había tenido de consentir a formas consuetudinarias internalizadas de poder y estaba todavía muy lejos de cualquier admisión racional, legal o ideológica de ella, con un estado desarbolado, carente de instrumentos idóneos de imposición mas allá de los arrabales de cada capital, sin formas de articulación y agregación regulares de intereses y voluntades, la realidad promovió, al margen de los esquemas constitucionales, otra estructura" (Real de Azúa, 1969:120)

La falta de toda "textura institucional", no solo a nivel efectivo - las instituciones estatales poseen escasa o nula presencia real - sino también a nivel de las percepciones individuales, determina la inexistencia de la tensión entre las prácticas de los caudillos y un sistema normativo que aunque lo intenta, no es capaz de imponerse. Es decir en esta etapa no está aun claramente constituida la diferencia entre la esfera pública y privada, entre lo general y lo particular. El Uruguay del siglo XIX está regido por el "gobierno de los hombres", por el peso de centros personales de poder que el "gobierno de las leyes" no es capaz de contrarrestar. Pero la oposición entre ambos tal vez solo concernía a un núcleo urbano, letrado, impulsor de la modernización, que buscaba la institucionalización del poder, la vigencia de estructuras

legales que aseguraran un orden opuesto a la imprevisibilidad y arbitrariedad del poder personalizado. Sin embargo la realidad indicaba que la legitimidad del liderazgo de los caudillos, su efectivo manejo de los recursos, los situaban como los reales detentadores del poder político:

"representando una manera básicamente informal, pero manera al fin, de cumplir las funciones que el aparato estatal tan endeble, sumario no estaba en condiciones de llenar, actuando como un centro de congregación social y política en un medio que no tenía experiencia de otros modos de lograrla, el caudillo dio - de este modo - prueba de su aptitud para abreviar, sino cancelar las distancias físicas y sociales, paliar la situación de total marginalidad de ciertos sectores e integrar, a veces mínimamente pero siempre en algún grado, una sociedad determinada" (Real de Azúa, 1969: 120)

IIb. El Uruguay moderno

Los impulsos modernizadores fueron concretando algunos éxitos. La unificación y cobertura total del territorio nacional por parte de las fuerzas coercitivas del Estado, la modernización de sus instituciones y la ampliación de sus funciones durante el periodo de militarismo, inauguraron una nueva etapa en la vida nacional. Este proceso de consolidación no culminó hasta finalizadas las guerras civiles que se sucedieron hasta principios del siglo XX, momento en el que el Estado no solo monopoliza el uso de la violencia sino que se establece como el centro legítimo del poder político. Bayce sitúa en esta etapa la cristalización de la primera "cultura política formal" uruguaya, concepto que "abarca la esfera de lo público, la disputa por el gobierno y el Estado, los procesos de socialización específicamente dirigidos a esos ámbitos, directamente interpelados en la interacción constitutiva, manifiestamente referido a ellos." (Bayce, 1989: 8)

Las particularidades del contexto político, económico y social en el que se desarrolla esta cultura política, merecen

especial mención ya que marcaron fuertemente la posterior evolución de la misma. Con la pretensión de integrar, institucionalizar una nación marcada por sucesivos enfrentamientos políticos, el batllismo concibió el espacio público como lugar de resolución de los antagonismos políticos a través del respeto de las reglas democráticas, y de los conflictos sociales por la mediación del Estado, realzando el papel de la educación como promotora de la ciencia y la racionalidad, como arma de fortalecimiento cívico junto con las prácticas democráticas también socializadoras. Esta concepción fundaría lo que Bayce llama los "neomitos" de la cultura política nacional: "la génesis del neomito de la medianía, la equidistancia arbitral del Estado, del fortalecimiento de las clases medias amortiguadoras del conflicto potencial, de los partidos como absorbedores de ideas y demandas en la lucha endógena..." (1989:16) El batllismo impulsó una ideología en la que el Estado aparece como un poder capaz de modelar a la sociedad y conducirla en la realización del interés colectivo, el "bien común" por encima de los intereses particulares. Pero esta "linealidad mesiánica" se encontró con una serie de obstáculos que contradecían las premisas básicas en las que se fundaron estos mitos, lo que no impidió que estas imágenes permanecieran durante un largo período.

Iic. La centralidad de los Partidos

Esta etapa es abordada por los historiadores, no solo como aquella en la que se constituye la "civilización" política uruguaya, sino también como el momento en el que se profundiza la autonomización del Estado, vinculada directamente a la existencia de un elenco político estable y "profesional" que monopolizó el rol intermediador con el Estado constituyendo una "partidocracia" vigente hasta nuestros días. Muchos trabajos han destacado los diversos efectos de estas características, pero lo que nos interesa destacar es que los partidos se constituyeron

en los principales sino únicos reguladores de los recursos provenientes del Estado, controlando un gran caudal de beneficios cuya distribución varió dependiendo tanto de la lógica interna del sistema político, como de las transformaciones en el entorno social.

Aguiar distingue entre los clivajes sociales, independientes o anteriores al sistema político -de género, clasistas, de estratificación, sectoriales, culturales, generacionales-, y otros que refieren directamente al mismo, tales como los sistemas de legitimidad, la adhesión partidaria, los distintos niveles del sistema -locales y nacionales- y los relacionados con la ideología(1984). En este sentido el término "partidocracia" implica no solo la centralidad de los partidos en sus funciones de intermediación sino un rasgo distintivo de la sociedad uruguaya que consiste en que son los clivajes referidos al sistema político, y no los construidos entorno a pertenencias sectoriales, clasistas, etc., los relevantes a la hora de la conformación de lealtades, adhesiones, identidades y expresiones ciudadanas, es decir que la identificación partidaria incide de manera decisiva en la organización de la sociedad.

Los partidos tradicionales cortaban verticalmente a la sociedad, integrando en su interior una diversidad de identidades e intereses sociales, lo que obstaculizaba el impulso de proyectos sociales definidos. La identidad partidaria por tanto debía ser difusa, permitiendo la incorporación de todas las pertenencias sociales:

"(...)los partidos descansan últimamente en concepciones del mundo (cuando son mas que facciones); (...) no son movilizaciones en torno a "programas", sino institucionalización de reflejos, de intereses, de expectativas, de temores. (...) lo que resulta en general de ellos no es "una plataforma" sino un choque potencial y algunos "tipos humanos" que se enfrentan unas veces con las armas y otras - felizmente, frecuentemente - hallan una fórmula de convivencia" (Real de Azúa en G. Caetano y J.Rilla, 1992:70)

IId. El clientelismo urbano-burocrático-estatal

Las características señaladas antes, aparecen reflejadas con claridad en el trabajo de Germán Rama "Club político" (1971), en el que se observa en detalle la figura del "caudillo barrial", este libro es central para el estudio del clientelismo en Uruguay, ya que durante mucho tiempo fue el único trabajo empírico, por lo que se constituyó en un referente ineludible para análisis posteriores sobre la temática. En el se realiza un estudio de la organización de los clubes políticos montevideanos y sus funciones en entrevistas con algunos dirigentes. El club es el lugar privilegiado donde se produce el contacto directo con los electores, la mediación a través del caudillo barrial - que hoy podemos llamar "broker" profesional- que realiza las funciones de protección y asistencia antes cumplidas por los propios poseedores del poder y prestigio. Rama, observa como el club se convierte en una "agencia especializada de canje":

"El club es un grupo social en el que con diferente grado de sociabilidad forman parte individuos vinculados sea por una función o por una residencia en una determinada área urbana o rural, cuyo nexo teóricamente es la adhesión a un determinado partido político y cuya función declarada es la politización, mientras que su función real es asegurar la participación de sus integrantes en algún aspecto de los beneficios que depara el poder estatal a cambio de entregar el voto al sector partidario al que está vinculado el club". (Rama, 1971: 8)

Aproximadamente hasta los años 70, el club fue el lugar privilegiado de mediación de los partidos con sus simpatizantes, pero fue también el mecanismo a través del cual se realizaban los intercambios clientelares, la imagen que domina este período es la de la repartición de cargos públicos y la gestión ante oficinas estatales y empresas públicas. Si bien es cierto que algunos de estos mecanismos eran informales, en la medida que funcionaban al margen de los controles burocráticos, en algunos

casos -como la designación de puestos en la administración estatal- no existían aún procedimientos formales, sino que se llevaban a cabo mediante criterios particulares. Esto demuestra una burocratización aun incipiente del Estado, que explica la "naturalidad" con que los gestores describen sus tareas en las entrevistas realizadas por Rama:

"Es muy importante que el dirigente seccional tenga vinculaciones con distintos dirigentes políticos. Además hay que tener conocimiento en todo lo que tenga que ver con la administración pública..." (Rama, 1971: 71)

"... puedo decir con orgullo que cuando voy por algún motivo a las instituciones no tengo que esperar casi nada. (...) lo mismo cuando voy al puerto, la secretaría siempre la tengo abierta. Banco Hipotecario lo mismo, UTE también. Tengo mucho reconocimiento a los amigos en la UTE que me han dado mucho teléfonos. Yo me he comportado bien, y lógico, encuentro muchas personas que se comportan bien conmigo. Lo mismo en AFE. Así se explica que en los ocho años del partido blanco he conseguido por lo menos treinta o cuarenta cargos" (Rama, 1971,93)

Los orígenes de este sistema se encuentran en la extensión de las funciones del Estado que deriva en una multiplicación de los cargos públicos, los cuales son utilizados para mantener las clientelas de los partidos. Solari señala que a partir de la consolidación del sistema de partidos en el siglo XX, el sistema político funcionó bajo una política de compromisos, pero este compromiso se mantiene, más que por el consenso valorativo entorno a los ideales democráticos, por un prolijo sistema de repartición del poder público y sus resultados(1991). Si bien reconoce la irracionalidad de estos mecanismos de acuerdo al óptimo funcionamiento del Estado, plantea sus aspectos positivos. En una economía incapaz, sobretodo a partir de la crisis del 29, de crear las oportunidades ocupacionales necesarias en el sector privado, el sector público se convierte en una de las principales fuentes de empleo, aliviando en cierta medida las tensiones sociales. Este mecanismo habría tenido

también una función igualitaria, al permitir el acceso al empleo de los sectores que quedaban por fuera de un sistema educativo altamente selectivo.

Panizza (1990) también refierere a este mismo tipo de clientelismo encontrando variables similares para su explicación, a diferencia de Solari tiende a destacar los aspectos negativos del mecanismo. Sostiene que las particularidades del proceso de consolidación del Estado en el Uruguay hicieron que este apareciera, en su relacionamiento con la sociedad, no como una institución exterior y autónoma sino como un "centro institucional de alianzas y compromisos" fuertemente influido en su organización por la acción de una multiplicidad de fracciones partidarias.

La creación y mantenimiento del consenso desde el inicio del siglo veinte hasta la década de los sesenta -el período que Panizza llama del "Uruguay batllista"- estuvo sustentado por un proteccionismo económico, social y político que hizo más imperceptibles aún los límites entre el estado y la sociedad civil. La continua expansión de la actividad estatal en las primeras décadas del siglo xx, resultó en la eliminación de "lo económico" como una esfera diferenciada de "lo político", los agentes económicos se vieron obligados a asumir estrategias políticas para maximizar sus beneficios. A esto hay que agregar la "colonización" del Estado por las fracciones partidarias que imprimieron un carácter político al cuerpo burocrático, alejándolo de los ideales modernos de autonomía y eficiencia como criterios de funcionamiento, entonces: "Los partidos tradicionales gobernaron en función de una extensa red de intereses y fidelidades establecidas a través de una compleja trama de relaciones de clientela".

Este tipo de clientelismo no sólo se mantuvo durante los gobiernos blancos sino que adquirió mayor relevancia a partir de la contracción de la economía en la década del sesenta, que otorgó al Estado un papel todavía mas importante como fuente de empleo. En un contexto de crisis se hicieron mas visibles los efectos desestabilizadores sobre el funcionamiento del Estado y

de la economía en general. El funcionamiento aparentemente contradictorio o irracional de la política económica en este período es interpretado como el resultado del intento de equilibrar los intereses del sector agropecuario con el de la red clientelística urbano-estatal.

A pesar de mantenerse, en este período el clientelismo burocrático-estatal mostró también sus límites, en tanto existían una multiplicidad de redes clientelísticas en competencia que fortalecieron la posición del cliente. El constante recurso al clientelismo para mantener el consenso también contribuyó a deslegitimarlo por la exacerbación de sus efectos mas perversos. El sistema limitó la capacidad transformativa del los partidos y deterioró la unidad y racionalidad mínimas necesarias para el funcionamiento del Estado al privilegiar los intereses de corto plazo ante las demandas de transformación de largo alcance. La respuesta al bloqueo político y económico vendría por el lado de la represión, la violencia y el autoritarismo.

Ile. La ¿desaparición? del clientelismo

Coincidiendo con Panizza algunos autores han hablado del repliegue, a partir de la década del setenta, del tradicional clientelismo vinculado a la burocracia estatal, repasaremos los puntos centrales de este argumento.

Mieres reconoce el papel central de los mecanismos de intermediación política desde los años treinta, cuya figura clásica fue el club político que, entre otras cosas, se caracterizó por ser el punto neurálgico del sistema clientelístico burocrático-estatal. Situado en la década de los noventa Mieres señala el declive de estos mecanismos de intermediación y la pérdida de su influencia en el proceso electoral, analiza la desaparición del club político como manifestación de una "crisis del clientelismo"(1989). Esta crisis sería impulsada por el desgaste de las relaciones de

clientela producto de la crisis del Estado de bienestar y el proceso de reforma del Estado que restringirían la existencia de "bienes clientelísticos" -escasos y sujetos a la discrecionalidad-. La deslegitimación de este tipo de intercambio en la ciudadanía habría permitido mayores grados de desobediencia en la contraprestación. Estos factores estarían explicando la disminución de la centralidad del club como lugar privilegiado de contacto partidos-electores.

Un argumento similar aparece en "Los dos ciclos del Estado uruguayo en el siglo xx" (Filgueira et al, 2003), en el que se establece que hacia fines de la década del cincuenta cuando las condiciones económicas favorables para las exportaciones uruguayas comenzaron a desaparecer, los efectos mas perversos de este tipo de organización estatal, impregnada por la lógica particularista, se hicieron mas visibles. De los diagnósticos de la época surgen dos propuestas de reforma del papel del Estado que se disputarían la primacía durante las décadas del sesenta y setenta. Por un lado la propuesta liberal que pretendía la reducción de las funciones del Estado, y por otro la desarrollista que planteaba que el problema no era la extensión de la actividad estatal sino la forma en que esta se realizaba. Esta visión proponía un funcionamiento racional, científicamente diseñado de la intervención estatal, que tuvo su mayor expresión en el PNDES de la CIDE.

Impulsado por estas dos propuestas se produce un repliegue y racionalización del Estado que tendrá consecuencias directas sobre el clientelismo tradicional. Como ejemplo cabe señalar los cambios en el sistema de seguridad social y las restricciones al ingreso en el sector público, que terminaron con dos de los recursos mas utilizados por el antiguo sistema clientelar. Esto no lleva necesariamente a una desaparición del clientelismo, los autores establecen que el repliegue de estas prácticas sería acompañado de su mutación y refugio. "Ha mutado desde la modalidad del club político y del intercambio individualizado de votos por empleos y jubilaciones, a uno de clientelismo notoriamente mas elitista de contrataciones, e intercambios de

regulaciones por apoyos económicos y de opinión pública entre grupos de interés y partidos". (2003:199)

Esto tampoco significa que el intercambio tradicional, ligado a la política de caudillos propia del "Uruguay de cercanías", se haya extinguido. Este se habría refugiado en los lugares donde todavía resulta efectivo ya que las restricciones institucionales no se han impuesto con tanta fuerza: las intendencias departamentales.

IIf. La mutación del clientelismo: Hipótesis recientes.

La poca atención que, desde el ámbito académico, se prestó al tema del clientelismo, que sólo produjo una investigación empírica, fue aun menor con las hipótesis de su influencia decreciente sobre el sistema político. Recientemente, con la puesta en funcionamiento de la reforma constitucional de 1996 que separa las elecciones nacionales de las departamentales, se da un resurgimiento del interés por el tema vinculado a su influencia en el ámbito departamental.

En la investigación mas actualizada sobre el tema Juan Pablo Luna (2004) plantea una "revisita" al *Club político* de Rama, con el objetivo de presentar evidencia empírica que permita entender las mutaciones recientes del clientelismo político en el Uruguay. El contenido de las entrevistas, realizadas a dirigentes y militantes de distintas fracciones de los tres partidos con mayor peso, intenta explorar las lógicas de apoyo y migración electoral de segmentos de la ciudadanía que aún se relacionan "cara a cara" con la política.

Si bien destaca la pérdida de centralidad del club como centro de canalización de demandas particulares, el autor establece la vigencia del clientelismo, organizado ahora en "redes descentralizadas de referentes y punteros barriales que funcionan esencialmente como gestores administrativos ante entidades estatales, dependencias municipales y empresas privadas". (2004:8)

Estas transformaciones en la organización de las relaciones clientelares son en parte reflejo de el resquebrajamiento de la matriz social del Uruguay "amortiguador". Las nuevas modalidades del clientelismo se sitúan ahora en contextos de mayor fragmentación y polarización social. En la explicación del *repliegue* del clientelismo urbano-estatal se comparten algunos de los factores ya señalados; a los que se agrega el surgimiento y posterior crecimiento electoral del Frente Amplio que aumenta la competitividad del sistema y contribuye a deslegitimar la matriz tradicional, y la progresiva introducción de medios audiovisuales y de estudios de opinión pública que posibilita a los líderes nacionales hacer un *by pass* sobre cuadros medios, debilitando su posición.

El repliegue no implica, como vimos, desaparición sino *refugio*, este acompaña el proceso de fragmentación y polarización social que debilita la capacidad de organización de los sectores socialmente vulnerables. La creciente asunción de roles tradicionales ejercidos por la Administración Central en manos de la intendencias departamentales, las cuales aun gozan de mayor flexibilidad fiscal, se suma a las características particulares de la política local para colocarlas como ámbito ideal para el funcionamiento de redes clientelares.

IIg. Redescubriendo el clientelismo

La asunción de nuevos roles por los gobiernos departamentales, han contribuido al mayor peso político y visibilidad pública de los intendentes, el retroceso de las funciones cubiertas por la administración central, sitúan a los intendentes como los responsables de la promoción de inversiones, generación de empleos y de la asistencia técnica y soporte de los actores sociales y productivos, contrarrestando los efectos de un Estado en crisis. Esto, sin embargo, no significa la desaparición de las funciones tradicionales del intendente caracterizado como el "buen vecino"

"Depositario de la confianza pública, administrador de la recaudación de los tributos municipales procurando eludir sistemáticamente el déficit. Pagaba sueldos, hacía obras -calles, caminos, plazas, etc.- y brindaba servicios, siendo renuente a delegar potestades y a dejar de controlar personalmente las funciones globales de gobierno y las cuadrillas de obreros. (...) Su protagonismo personal volcado a satisfacer y retribuir demandas particularistas,(...) tanto en los despliegues clientelares habituales -el empleo en la intendencia, por ejemplo-, como en las asistencias puntuales y directas que se desprendían de una relación "cara a cara" que encarnaba en dramatismo y afectividad en los casos periódicos de emergencias naturales o sociales" (Laurinaga y Guerrini,1995:86)

Decíamos que este "redescubrimiento" de las redes clientelares es producto de su capacidad explicativa sobre fenómenos de interés para la ciencia política. De esta manera, las diferencias en los resultados electorales entre las elecciones nacionales y las departamentales son interpretadas por la capacidad de movilización política de las redes organizadas en torno a figuras relevantes de la política departamental, es decir aquellos liderazgos de corte territorial característicos de los partidos tradicionales en los sistemas políticos locales, "(...) los intendentes son "los barones de la política local", con fuertes redes clientelares que responden positivamente a los líderes, motivadas por sistemas de incentivos de tipo particular o corporativo" (Magri,2000 :173)

La separación de las elecciones nacionales y las departamentales otorga a las últimas algunas características particulares que hacen que estas redes puedan llegar a incidir en los resultados electorales. Guerrini señala que la campaña en el interior se "localizó", "desnacionalizó" y "despartidizó" (2000:191), o sea que adquieren mas peso las figuras locales con la que gran parte de los electores mantienen un contacto directo, pero también adquieren otra relevancia las realizaciones efectivas de los candidatos, dada la "cercanía" y

el impacto directo de las acciones y decisiones sobre los electores.

Estos cambios se reflejan en algunas de las hipótesis de investigación planteadas por Luna en referencia a las formas emergentes del clientelismo político: Existiría una mayor centralidad de líderes locales que operan a partir de la utilización del aparato burocrático de las intendencias o mediante un sistema descentralizado de gestión en detrimento de los clubes políticos. Los Intendentes poseen un peso hegemónico como figuras políticas, constituyéndose entorno a ellos lógicas de conducción política de tipo neo-feudal con la persistencia de las modalidades tradicionales de clientelismo individual en las Intendencias Municipales. Esto se acompaña de un cambio en el tipo de bienes intercambiados, aunque muchos de los bienes tradicionalmente intercambiados permanecen, en un contexto de escasez y carencia de la población, nuevas prestaciones cobran mayor importancia -canasta de alimentos, servicios médicos, etc.-. Los bienes transables que se encuentran disponibles son de menor durabilidad que los bienes tradicionales -empleos públicos o jubilaciones-, lo que limitaría la capacidad de coerción respecto al contrato implícito que implica la relación clientelar. Bajo el peso de factores ideológicos y simbólicos y el rol de oposición en su labor para llegar al gobierno, el Frente Amplio ha podido mantener cantidades considerables de personas movilizadas a bajo costo. De todas formas, ha ido incorporando determinadas prácticas características de los partidos tradicionales.

Hipótesis todas muy sugerentes pero que in embargo se siguen ubicando en el nivel sistémico por lo que parece necesario complementarlos con otro tipo de explicaciones, analizar los microfundamentos de estas relaciones es esencial para entender sus efectos a nivel macro, y para despegar el concepto de su utilización en el lenguaje cotidiano, especialmente cuando este posee una carga valorativa tan fuerte.

III. Discusión.

Como puede observarse, el renovado interés por las relaciones de clientela en el ámbito político no ha sido acompañado de un análisis detallado de las formas en que estas se organizan y operan aunque existen algunas hipótesis al respecto, entender su incidencia en el funcionamiento de las instituciones públicas o su eficacia como mecanismo de generación de adhesiones -que han sido las motivaciones principales para el abordaje de la temática- requiere avanzar mucho en esa dirección tanto en términos descriptivos como en la complejización de los intentos de explicación.

Por lo general los análisis sobre la orientación de las adhesiones políticas se concentran en aspectos ideológicos de identificación con alguna de las distintas propuestas que conforman la "oferta" partidaria en el período electoral. Esta identificación se explica por la posesión de determinados atributos que ubican a los individuos en categorías de edad, de sexo, nivel socioeconómico, nivel educativo u otros. De esta manera se establece que los más educados tienden a votar por el partido A, los más jóvenes por el partido B, los más ricos por el partido C. Pero esta forma de interpretar la acción social - que en este caso se confunde con acción individual- no es

patrimonio exclusivo del análisis político; las ciencias sociales utilizan este tipo de explicación para predecir o explicar las preferencias, opiniones y actitudes que presentará un individuo ante una diversidad de temas y situaciones. La predominancia de este tipo de análisis está vinculada a las herramientas estadísticas de medición utilizadas por la sociología y la ciencia política, que necesariamente ubican al individuo como la unidad de análisis, "de manera inevitable este tipo de análisis concluye que el comportamiento social es el resultado del hecho de que los individuos poseen atributos comunes, en vez de señalar que ellos están involucrados en relaciones sociales estructuradas" (Wellman, 2000:21).

Uno de los objetivos de cualquier investigación sobre clientelismo político es lograr una mayor comprensión de las maneras en las que las personas se vinculan con las instituciones estatales y con el sistema político en general, pero si tomamos al individuo como unidad de análisis estamos aceptando implícitamente la idea del "ciudadano solo ante el Estado", suponemos una relación automática y directa entre ambas partes. Es ilustrativo en este punto el análisis de Aguiar sobre los tipos de legitimidad de los vínculos entre la población y el sistema político en Uruguay, sostiene que la legitimidad retributivo particularista se presenta "(...) especialmente en los niveles locales, en las áreas rurales, en el interior del país, en los estratos de edades mas altas, ingresos mas bajos, educación menor y ocupaciones menos calificadas. La legitimidad retributivo - sectorial o retributivo - ideológica es el principal criterio de orientación en los estratos de ingresos mas altos, educación mas alta, de mayor nivel de organización y sindicalización, en los contextos urbanos y mas industrializados". (1984:17)

Esto puede llevarnos a concluir que la participación en relaciones clientelares es una practica normal entre los viejos pobres y analfabetos. Tomaríamos como "anormales" las prácticas de determinados individuos que pueden ser perfectamente explicadas analizando su participación *-efectiva* y no la que

deberían tener- en organizaciones, asociaciones, grupos y redes informales.

Si tenemos como objeto de investigación una serie de relaciones, como las que vinculan a patrones, mediadores y clientes, es porque suponemos que los distintos tipos de vínculos que unen a los individuos y las distintas posiciones que estos ocupan en las redes que así se forman, son un factor clave para explicar las prácticas observables de los participantes. Estas relaciones articuladas en redes funcionan como "senderos" para la circulación y distribución de recursos, pero también definen límites de pertenencia, operan como mecanismos de inclusión y exclusión, y por tanto de definición de identidades. "Las redes sociales son también "redes de significado"(Emirbayer y Goodwin,1994). Al igual que las posiciones ocupadas y recursos manejados por los participantes, los esquemas de clasificación que surgen de las narrativas manejadas en las redes también constriñen y habilitan la acción individual. Esto cobra especial relevancia en el estudio de redes articuladas políticamente, donde determinadas formaciones o "idiomas" culturales son permanentemente recreados y puestos en juego en la actualización de los lazos. Esto pone en cuestión el tipo de explicaciones que entienden que "la extensión y las características de las transacciones clientelares resultan de las matrices de incentivos que enfrentan patrones y clientes."(Luna,2004:204) Aquí también nos enfrentamos a una sociedad atomizada en individuos, pero esta vez su comportamiento no se explica por la posesión de atributos porque no necesita ser explicado, se supone que los *agentes*, en "competencia perfecta" y con información completa, eligen racionalmente los caminos mas efectivos para alcanzar los "incentivos" disponibles en las "matrices".

Lejos de ser simple y directa "la relación de los individuos con las instituciones públicas, la gestión de sus intereses, como el logro de su obediencia, requieren la operación de una maquinaria de intermediación. Una maquinaria ajena al Estado, pero vinculada a él; irreductible a la lógica inmediata de los

intereses sociales, pero capaz de darles una traducción política." (Escalante, 1995:34) Por esto también sería ridículo reducir esta compleja maquinaria al intercambio de favores por votos, o considerarlo únicamente como un fenómeno político. Los partidos se "insertan" en la sociedad articulando, y "politizando", distintas redes y colectivos sociales. En investigación realizada en Rio Grande del Sur, Grill (1999) analiza esto en términos de reconversión de bases sociales en bases electorales, la politización de las redes sociales se realiza a través del conjunto de relaciones interpersonales de candidatos y mediadores que posibilitan compromisos basados en la reciprocidad y en la constitución de identidades. En esta superposición de redes sociales y redes políticas se entretajan las redes clientelares, cuando la búsqueda de apoyo político se fundamenta en la distribución particularista de recursos. Por esto, la observación del clientelismo implica la observación del conjunto relaciones, recursos materiales, recursos simbólicos, demandas e intereses en juego en el proceso de mediación política.

Bibliografía

- AGUIAR, César (1984). "Elecciones y partidos". Revista Uruguay Hoy. Ciedur. Número 7.

- AGUIAR, César. (1984) "Clivajes sociales y procesos políticos en el Uruguay". Centro Interdisciplinario de Estudios sobre el desarrollo, Uruguay.
- ANDRADE, Edinara. (1996) "A força do Povo: do clientelismo diático ao clientelismo de massas." Letra Viva, Blumenau.
- AUYERO, Javier (2002). "Clientelismo político en Argentina: doble vida y negación colectiva". En Perfiles Latinoamericanos. Revista Semestral de Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede México.
- AUYERO, Javier. (1995) "La doble vida del clientelismo político". Revista del revista del CLAD. Reforma y Democracia, número 3.
- AUYERO, Javier (Comp.) (1997) "Favores por votos". Editorial Losada, Buenos Aires, .
- AUYERO, Javier. (2001) "La política de los pobres. Las prácticas clientelistas del peronismo". Cuadernos Argentinos. Manantial: Buenos Aires.
- AUYERO, Javier. "Desde el punto de vista del cliente. Repensando el tropo del clientelismo político" (sin ref.)
- BAYCE, Rafael.(1989) "Cultura política uruguaya. Desde Batlle hasta 1988".
- BEZERRA, Marcos. (1994) "Bases sociais da prática da corrupção no Brasil". UNB Brasilia.
- BOBBIO, Norberto. (1991)."El futuro de la democracia". Fondo de Cultura Económica: México,
- BOISSEVAIN, Jeremy. (1966) "El patronazgo en Sicilia".
- CAETANO, Gerardo; RILLA, José.; PÉREZ, Romeo. (1987) "La partidocracia uruguaya". Cuadernos del CLAEH. Revista Uruguaya de Ciencias Sociales. Segunda serie, año 12, número 44.
- CAETANO, Gerardo, RILLA, José, MIERES Pablo, PÉREZ Romeo. (1992) Electores y Partidos. Centralidad y Cambios. Centro Latinoamericano de economía humana, ediciones de la Banda Oriental. Montevideo, Uruguay.
- CAZORLA, José. (1992) "Del clientelismo tradicional al clientelismo de partido; evolución y características". En: Working papers. Barcelona, ICPS.

- CORROCHANO, David. (2002) "El clientelismo posmoderno". En Perfiles Latinoamericanos. Revista Semestral de Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede México.
- EMIRBAYER, Mustafa y GOODWIN, Jeff (1994) "Network Anaysis, Culture, and the problem of Agency". En American Journal of Sociology N° 6. University of Chicago Presss.
- ESCALANTE, Fernando. (1995) "Clientelismo y ciudadanía en México". En revista Análisis Político.
- ESCOBAR, Cristina. (2002) "Clientelismo y ciudadanía en el departamento de Sucre". En revista Análisis político Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales. Número 47. Bogotá, Colombia.
- FALETTI, Tulia; GIORDANO, Verónica y RODRÍGUEZ, Gabriela. (1997). "Cuando lo nuevo no termina de nacer... Y lo viejo se resiste a morir". Reflexiones en torno al problema del clientelismo político en A. L." En "Clientes y clientelismo en América Latina" de Falleti, Tulia y otros. Buenos Aires, UDISHAL,.
- FILGUEIRA y otros (2003) "Los dos ciclos del Estado uruguayo en el siglo XX" En: "El Uruguay del siglo XX. La política". Instituto de Ciencia Política. Banda Oriental. Montevideo.
- GODELIER, Maurice. (1986) "La producción de grandes hombres. Poder y dominación masculina entre los Baruya de Nueva Guinea". Ed. Akal/Universitaria.
- GONZÁLEZ ALCANTUD, José. (1997) "El clientelismo político: perspectiva socioantropológica". Editorial Antrhupos, Barcelona.
- GRAZIANO, Luigi (1997). "Clientelismo". En "Clientes y clientelismo en América Latina" de Falleti, Tulia y otros. Buenos Aires, UDISHAL,.
- GRILL, Igor (1999). "As bases sociais dos compromissos: candidatos, recursos e configurações de apoios". En: Cadernos de Ciencia Política N°3. Universidad federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre.
- GÜNES-AYATA, Ayse. (1997) "Clientelismo: Premoderno, Moderno, Posmoderno" En ¿Favores por votos? Auyero, J. (Comp.) Losada. Buenos Aires.

- GUERRINI, Aldo. (2000) "El peso político de los intendentes del interior". En: "Elecciones 1999/2000" ICP. Banda Oriental. Montevideo
- HABERMAS, Jürgen.(1981/88): "Teoría de la acción comunicativa". Tomo II. Taurus, Madrid.
- LANDÉ, Carl. (1977) "La base diádica del clientelismo". En: "Friends, Followers and Factions. A reader in political clientelism". University of California Press. Berkeley.
- LAURNAGA, M^a Elena GUERRINI, Aldo (1995) "Del buen vecino al intendente emprendedor". En: Revista Uruguaya de Ciencia Política N° 6 ICP-FCS.
- LEAL BUITRAGO, Francisco. (1997) "El sistema político del clientelismo". En "Clientes y clientelismo en América Latina" de Falletti, Tulia y otros. UDISHAL Bs. As.
- LUNA, Juan Pablo. (2004) "La política desde el llano". Instituto de Ciencia Política-Banda Oriental, Montevideo.
- LOMNITZ, Larissa. (1988) "Informal Exchange Networks in Formal Systems" American Anthropologist Vol. 90
- MÉDARD, Jean-François. (1976) "Le rapport de clientèle. Du phénomène social à l'analyse politique". En : Prese Française de Science Politique.
- MAGRI, Altair. (2000) "La llave del triunfo electoral en Mayo 2000: Reelección, continuidad y por la vuelta". En: "Elecciones 1999/2000" ICP. Banda Oriental. Montevideo
- MIERES, Pablo. (1987) "Partidos políticos y cuerpo electoral". Cuadernos del CLAEH. Revista Uruguaya de Ciencias Sociales. Segunda serie, año 12, número 44.
- O`DONNELL, Guillermo. (1996) "Otra institucionalización". En Revista La Política n° 2: La democratización y sus límites. Después de la tercera ola. Paidós Barcelona.
- PANIZZA, Fransisco. (1990) "Uruguay: Batllismo y después. Pacheco, militares y tupamaros en la crisis del Uruguay batllista. Ediciones de la Banda Oriental, Montevideo.

- PANIZZA, Francisco. (1987) "El clientelismo en la teoría política contemporánea". Cuadernos del CLAEH. Revista Uruguaya de Ciencias Sociales. Segunda serie, año 12, número 44.
- RAMA, Germán. (1971) "El club político". Arca Editorial. Montevideo, Uruguay.
- REAL DE AZÚA, Carlos. (1969) "Legitimidad, apoyo y poder político. Ensayo de tipología". Fundación de Cultura Universitaria. Uruguay.
- RIAL, Juan. (1984) "Elecciones. Reglas del juego y tendencias". En Historia y Política, cuaderno número 3. CIEP, Departamento de educación permanente. Montevideo, Uruguay.
- RONIGER, Luis. (1997) "Sociedad civil, patronazgo y democracia". En ¿Favores por votos? Auyero, J. (Comp.) Losada. Buenos Aires.
- SCOTT, James. "Corruption, machine politics and political change". (s/r)
- SERNA, Miguel. "Las redes sociales de corrupción en el Uruguay contemporáneo". Montevideo, Revista de Ciencias Sociales. (s/r)
- SOLARI, Aldo. (1991) "Partidos políticos y sistema electoral" Fundación de Cultura Universitaria, Montevideo.
- WELLMAN, Barry. (2000) "El análisis estructural: del método y la metáfora a la teoría y la sustancia". En Revista Política y Sociedad nº 33. Universidad Complutense. Madrid.

ÍNDICE:

Presentación	Pag. 1
I. Sección primera	Pag. 3
Ia. Introducción.....	Pag. 3
Ib. Origen del Concepto.....	Pag. 5
Ic. Procesos de modernización : El Clientelismo como problema.....	Pag. 7
Id. Los "problemas" del clientelismo en las sociedades contemporáneas.....	Pag. 9
Ie. Clientelismo y Partidos Políticos.....	Pag.11
If. De la díada a las Redes.....	Pag.13
Ig. Mediadores.....	Pag.15
II. Sección segunda	Pag.17
IIa. El clientelismo pastoril y caudillesco.....	Pag.17
IIb. El Uruguay moderno	Pag.19
IIc. La centralidad de los partidos.....	Pag.20
IIId. El clientelismo urbano-burocrático-estatal.....	Pag.22
IIe. La ¿desaparición? del clientelismo.....	Pag.25
IIIf. La mutación del clientelismo: Hipótesis recientes.....	Pag.26
IIIg. Redescubriendo el clientelismo.....	Pag.27
III. Discusión	Pag.30
BIBLIOGRAFÍA	Pag.33