

EL CLIENTELISMO POLÍTICO: UNA REVISIÓN DEL CONCEPTO Y SUS USOS

José Manuel Cerdas Albertazzi

Recibido: 24/5/2013 Aceptado: 13/8/2013

Resumen

La intención de este artículo es contribuir a la investigación sobre el clientelismo en la historia y actualidad de Centroamérica. Si bien el tema ha sido ampliamente explorado y debatido por los medios de comunicación y la opinión pública, este ha recibido poca atención académica en la región, al menos en el caso costarricense. Por esta razón, se revisa el concepto de clientelismo y, más específicamente, de clientelismo político, entendido en su concepción moderna, para luego realizar un recorrido por los diversos usos e interpretaciones hasta ahora esbozadas en los desarrollos teórico-conceptuales de las distintas disciplinas de las ciencias sociales, tanto en el ámbito internacional como latinoamericano.

Palabras clave: clientelismo; patrocinio; clientelismo político; partidos políticos; teoría social.

Abstract

This article seeks to contribute to the research about clientelism in the history and present of Central America. While extensively explored and discussed by the media and the public opinion, this phenomenon has failed to attract much academic attention in the region, at least in the case of Costa Rica. Beginning with a review of the concept, and more specifically of the concept of political clientelism, in its contemporary manifestation, the article moves on to consider the variations in the use and interpretation of the term in the theoretical and conceptual frameworks of the different social science disciplines, both in the international and Latin American context.

Key words: clientelism; patronage; political clientelism; political parties; social theory.

Introducción

Este trabajo procura aclarar los límites y usos del concepto de clientelismo dentro de las ciencias sociales, tanto en el ámbito latinoamericano como internacional. Desde el inicio de la investigación, llama la atención que un tópico tan tratado por los medios de comunicación y la opinión pública costarricense durante las últimas décadas no haya sido abordado con mayor frecuencia y profundidad en la academia. El estudio de esta relación socio-política tiene sus dificultades metodológicas por tratarse de un fenómeno que tiende a ocurrir en el ámbito privado y con cierta informalidad, lo que da como resultado que con frecuencia la tarea de encontrar fuentes y datos concretos para investigar sea ardua. Sin embargo, dada la importante producción internacional al respecto, pareciera posible avanzar más sobre este tema en Costa Rica, así como en la región centroamericana, no solo para el presente y la historia reciente, sino también para períodos más lejanos de la historia republicana y, quizás más allá, de la Colonia. Por lo tanto, este artículo es un esfuerzo para aportar al estudio del clientelismo mediante la revisión de usos y nociones que se han hecho del término, intentando aclarar los que deberían ser sus componentes esenciales, pero a la vez considerando con cierto detenimiento los cambios en el uso y en los enfoques teórico-conceptuales según las épocas en que se manifestó y las disciplinas sociales que lo han abordado.

En el lenguaje cotidiano se ha hecho con alguna frecuencia un uso abusivo del término, asimilándolo a casi cualquier acción efectuada por partidos o gobiernos dirigida a producir aliados, seguidores o apoyo en general. Esta manera imprecisa de utilización conceptual vuelve el término poco útil para comprender y explicar el fenómeno propiamente clientelar, el cual parte de un intercambio de favores entre dos actores sociales con desigual acceso al poder y a los recursos, aspectos que en este artículo se proponen como los elementos esenciales que caracterizan las relaciones clientelares. Si bien las maneras de efectuar el intercambio –más o menos coactivo por la parte del patrón o más o menos autónomo por la parte de la clientela–, así como qué se intercambia por el apoyo electoral recibido (bienes, servicios públicos, puestos de trabajo, entre otros posibles), han variado en el tiempo y en el espacio o en coyunturas específicas, no ha ocurrido lo mismo con la estructura esencial de un intercambio de favores desde posiciones desiguales entre las partes. Los resultados de este ejercicio teórico nutrieron la elaboración de un estudio de caso referido a barrios populares de la ciudad de San José, Costa Rica, en la coyuntura crítica de la década de 1980, para darle sentido a la información empírica encontrada.

Origen y delimitaciones del concepto de clientelismo

El clientelismo es un fenómeno sociopolítico que ha sido estudiado en las últimas seis décadas por científicos sociales de diversas disciplinas en sociedades muy dispares. Aunque se asocia con frecuencia a estadios preindustriales o de escasa modernización, este se encuentra también en países desarrollados y plenamente modernizados en lo político. Los primeros estudios, efectuados por antropólogos, tendieron

a enfocarse en pequeñas comunidades rurales del Mediterráneo europeo, de México y de algunas áreas asiáticas. Posteriormente, los sociólogos y politólogos ampliaron los encuadres de este tipo de relación dentro de las dinámicas políticas de los Estados modernos o en proceso de modernización, donde el sistema de partidos presenta el fenómeno clientelar. Por último, los historiadores han empezado a involucrarse en las discusiones que al respecto se han efectuado y han aportado a la investigación de la misma. Tal evolución evidencia la naturaleza multidisciplinaria e interdisciplinaria del tema (Moreno, 1999).

Conviene aclarar que esta revisión se enfoca principalmente en un tipo específico de clientelismo, el clientelismo político, forma referida predominantemente a los sistemas políticos modernos y de partidos, y que difiere de otros clientelismos que han existido en la historia, como el de la Roma Antigua, el de la Edad Media y el del Antiguo Régimen europeo, así como el de la Colonia Iberoamericana. Cabe aclarar que, como será el caso de este artículo, frecuentemente suele prescindirse del adjetivo “político”, así como que dentro de este fenómeno moderno existen relaciones que tienen importantes especificidades, por lo que ciertos estudios acuden a otros adjetivos o denominaciones para denotar tales peculiaridades del clientelismo político: clientelismo burocrático, gamonalismo o caciquismo (clientelismo de notables), clientelismo electoral, clientelismo partidario, etc.

Un primer acercamiento conceptual al término, desde la óptica de las sociedades contemporáneas, lo define como:

[Un] tipo de relación interpersonal, o cara a cara, en la que intervienen el patrón, de un lado, y sus clientes, de otro; uno y otros envueltos en una relación de intercambio que beneficia a las dos partes, pero también un intercambio desigual o asimétrico, disfrutando el patrón de una situación de partida ventajosa frente a sus clientes, cuya ayuda necesita, sin embargo, para mejorar su posición frente a otros patronos (Garvía, 2001: 20-21).

Más específicamente, en el campo político el clientelismo se concibe como un sistema extraoficial, de flexibilidad difusa y de intercambio de favores, en el cual los titulares de cargos políticos regulan la concesión de prestaciones, obtenidas a través de su función pública o de contactos relacionados con ella, a cambio de apoyo electoral (Trotta, 2003). A todo esto habría que agregar, sobre todo para sociedades contemporáneas, que estas relaciones ocurren al margen del orden jurídico e institucional, por lo que están propensas a entrar o a considerarlas dentro del campo de la ilegalidad y de la corrupción.

En el sistema clientelar, el poder sobre las decisiones del aparato administrativo del Estado se utiliza para obtener beneficio privado; el patrón –sea directamente él mismo un funcionario o persona dotada de suficiente poder como para influir sobre los funcionarios– toma decisiones que favorecen a sus clientes y, por lo tanto, estos lo recompensan para perpetuar el poder del funcionario implicado. La relación puede fortalecerse mediante la amenaza de utilizar esa misma capacidad de decisión para excluir a quienes no colaboren con el sistema. Por supuesto, si bien hay un interés

particular y privado del político-patrón, su situación solo se puede dar y entender por su pertenencia a un partido político que también se beneficia de la relación clientelar.

Aunque en inglés se utiliza el término *clientelism*, a menudo también se utilizan *political machine*, *machine politics*, *clientage* o *clientship*, especialmente para los estudios que versan sobre este fenómeno político en los Estados Unidos, el cual fue particularmente notorio entre 1875 y 1950. Tanto en castellano como en inglés, el término deriva del latín *clientēla* (clientela, séquito) y de *cliēns* (cliente, protegido, vasallo, súbdito) (Sánchez, 2001: 27; Echaury, 1982: 65).¹ Sin embargo, una denominación bastante utilizada en distintos idiomas, y procedente del término latino *patrōcinium* (defensa, protección, patrocinio), es la de *patronazgo* o *patrocinio* (*patronage*, en francés e inglés). En realidad, clientelismo y patronazgo se refieren a una de las dos partes de la misma "relación diádica" (patrones, por un lado, y clientes, por el otro), lo que los hace sinónimos para referirse a la relación en cuestión. No obstante, para las sociedades modernas y el fenómeno político-electoral se utiliza más el término clientelismo, al menos en español, por lo que es el que en este artículo se utilizará.² Si bien la relación diádica hace referencia a dos, que es la situación clásica del clientelismo, en tiempos contemporáneos se da la presencia de un "intermediario" (en inglés *broker*) entre el cliente y el patrón, como se verá más adelante.

Burke (1997: 87-88), desde una perspectiva general, afirma que "el patrocinio puede definirse como un sistema político basado en relaciones personales entre desiguales, entre dirigentes (patrones o patrocinadores) y sus seguidores (o clientes)". Además, es necesario que cada una de las partes tenga algo que ofrecer a la otra: los clientes dan su apoyo político y deferencia expresada en variedad de formas simbólicas (gestos de sumisión, lenguaje de respeto, regalos, etc.), y los patrones ofrecen hospitalidad, empleos y protección: "Así es como logran transformar riqueza en poder". Aunque algunas de estas características son más propias de sociedades antiguas y rurales, hay elementos que también están presentes en sociedades modernas: las relaciones cara a cara entre desiguales y el intercambio de favores, elementos esenciales del clientelismo político moderno.

El término "clientelismo" ha estado relacionado con una manifestación socio-política muy extendida en la historia latinoamericana de los siglos XIX y XX denominada "caciquismo", la cual ha sido estudiada durante las cuatro últimas décadas. El caso más investigado es el mexicano, particularmente en el período correspondiente al porfirismo y los decenios posteriores a la Revolución; sin embargo, más recientemente, ha sido tratado el período Colonial y la segunda mitad del siglo XX para situaciones, como es evidente, bastante distintas.³ Con sus particularidades, en distintos países latinoamericanos al patrón rural clásico se le ha denominado "cacique", pero también "gamonal" (Colombia y Costa Rica, por ejemplo) o "coronel" (Brasil).

Cabe aclarar que en España se ha denominado "caciquismo" a una práctica electoral llevada a cabo durante gran parte del siglo XIX y las primeras décadas del XX, la cual buscaba intervenir en los resultados electorales a favor del candidato designado por los respectivos grupos oligárquicos, con características similares al gamonalismo o al caciquismo latinoamericano. Los estudios actuales sobre dicho fenómeno hispano asimilan caciquismo con clientelismo, si bien algunos lo consideran un error por la

forma y el fondo. Se afirma que el clientelismo en el caciquismo fue un instrumento al servicio del fraude y la corrupción, pues fue utilizado por la élite rural para perpetuar un sistema de dominación. En este contexto las “clientelas dependientes” no manifestaban su voluntad, sino que estaban condicionadas por los intereses políticos del “cacique” o señor. Aunque se acudía al favor, se advierte que se utilizaba el miedo, la violencia psíquica, simbólica e incluso física, y en ocasiones el fraude propiamente dicho (González, 1997: 87-189; Corzo 2002: 7-10).⁴

Por lo dicho hasta aquí respecto del concepto general, se evidencia la necesidad de historizar y contextualizar el término para tener un nivel aceptable de especificidad y utilidad, pues se está denominando clientelismo (o patronazgo) a algo tan perdurable que va desde la Antigua Roma al presente y que ha existido en sociedades tan diversas: “Existe un rasgo común a todos los fenómenos identificados con el clientelismo que es la existencia de un intercambio, pero los factores que rodean a ese intercambio difieren entre comunidades, periodos históricos, sistemas de gobierno, grado de autonomía, desarrollo económico, etc.” (Corzo, 2002: 53).

Confrontaciones teóricas generales

Los estudios modernos sobre el clientelismo político contemporáneo tuvieron su origen en las universidades británicas, interés que posteriormente se extendió a las norteamericanas. Las investigaciones iniciales procedían entonces de la sociología anglosajona y de sus principales preocupaciones en los años cincuenta del siglo pasado. Influidos mayoritariamente por el funcionalismo imperante en esos círculos, se afanaban en dilucidar el problema de la estabilidad social, no tanto la conflictividad y el cambio, por lo que las relaciones de reciprocidad del clientelismo resultaron ser un objeto de estudio de interés para ellos. La idea de Georg Simmel de que “el equilibrio y la cohesión no podían subsistir sin contactos entre los hombres que implicasen dar algo y recibir algo a cambio”, entendido esto como un elemento presente incluso en situaciones extremas de subordinación, influyó notablemente entre los funcionalistas de la segunda posguerra (Moreno, 1999: 73-74).

Diversos autores británicos fueron los que iniciaron los estudios sobre el clientelismo, particularmente aplicados al mediterráneo europeo, y principalmente a Italia. En los Estados Unidos los estudios se dividieron entre aquellos que se especializaron en América Latina, particularmente en México, y aquellos que lo hicieron en Europa mediterránea. Desde finales de la década de 1970, en Europa se han incorporado a la lista anterior un grupo de investigadores italianos, quizás motivados por los escritos de Gramsci en torno a la “cuestión del *Mezzogiorno*”, la mitad sureña de Italia, la menos industrial y moderna, y problematizados por sus peculiaridades sociales, culturales y políticas.⁵ De igual manera, algunos franceses se centraron en las regiones también meridionales y rurales de Francia, en particular en Córcega. Al mismo tiempo, algunas editoriales y revistas como *Critique Of Anthropology*, *Anthropological Quarterly* y *Archives Européennes de Sociologie* contribuyeron inicialmente a desarrollar algunos de los debates en este campo desde el punto de vista teórico (González, 1997: 15-16).

Según González (1997: 16), pese a la copiosa investigación antropológica realizada sobre el terreno, era poco lo que en el plano teórico se había producido hasta la década de 1970. Lo mismo ocurría con respecto a la intención de trascender el estudio y el análisis del fenómeno clientelista en vinculación con el sistema político más general. Este autor considera que para ese entonces lo que se venía haciendo todavía era analíticamente poco refinado.

Una de las primeras confrontaciones teóricas que se presentó fue entre funcionalistas y marxistas: el énfasis en lo estable y armónico en un sistema social, por parte de los funcionalistas, o lo cambiante y conflictivo, por parte de los marxistas. Las relaciones clientelares parecían demostrar que las élites y los individuos o grupos subordinados podían armonizar intereses pese a sus diferencias. A los funcionalistas esto les pareció muy a su favor, mientras que a los marxistas les pareció que se estaba escamoteando la lucha de clases al enfatizar la armonía del clientelismo, por lo que contraatacaron al señalar que ese fenómeno era un simple mecanismo de manipulación por parte de la clase dominante.⁶

La polémica fue particularmente aguda en las décadas de 1960 y 1970, en lo que a los países del Tercer Mundo respecta, cuando diversos movimientos revolucionarios y agrarios luchaban por sacar del subdesarrollo a sus respectivas sociedades apoyados en cierta teoría clasista del materialismo histórico y en variantes radicales de la teoría de la dependencia, las cuales enfatizaban la lucha de clases en el análisis y obviaban las armonías interclasistas y, en particular, atacaban la idea de que las sociedades agrarias carecieran de clases y de las contradicciones de clase como característica fundamental de su estructura social. Para algunos, la existencia del clientelismo hacía concluir que las luchas clasistas realmente no tendrían presencia o sentido en tales sociedades al ser neutralizadas por las relaciones clientelares. El enfoque funcionalista podría hacer concluir, en términos políticos y más allá de los académicos, que los planteamientos clasistas de las organizaciones revolucionarias estaban equivocados, pues las clases y la lucha de clases en tales circunstancias no existían o eran débiles (Moreno, 1999: 76-77).

Asimismo, se atacó la visión funcionalista clásica causal, la cual identifica el clientelismo con los efectos del subdesarrollo, pues había una tipificación del fenómeno con un estado general de ruralidad y rezago. Según esta postura, el clientelismo es producto del subdesarrollo, por lo que al accederse a la situación desarrollada este desaparece, o bien que para trascender el subdesarrollo es esencial hacer desaparecer el clientelismo. Sin embargo, parece que el clientelismo debe examinarse en su visión universal desde una perspectiva histórica porque, como ya se ha enfatizado, aun en sociedades modernas, desarrolladas y democráticas, el fenómeno de alguna manera sigue presente (González, 1997: 17-18).

En esa misma línea, Burke (1997: 88) argumenta que los estudios efectuados por antropólogos y sociólogos, particularmente en la región del Mediterráneo, han concluido que no es posible tratar esos sistemas como mera "corrupción" o como formas "prepolíticas" de organización. Lo que desde las sociedades modernas occidentales puede parecer "un desorden" resulta ser más bien un "orden diferente" donde

clientes y patrones interpretan sus roles. En todo caso, el autor llama la atención sobre cómo algunos han demostrado que la democracia parlamentaria y la burocracia moderna no pueden ser consideradas como un modelo político universal, y cómo más bien otros sistemas tienen su propia lógica distinta. Aunque con frecuencia en muchas sociedades modernas siguen presentes las relaciones clientelares, estas se presentan bajo formas diferentes.

Lo más probable es que la naturaleza contradictoria, de transacción e inequidad, en torno a este concepto es lo que ha generado tanto debate teórico. Cooperación y contradicción son elementos permanentes en las relaciones entre grupos sociales desiguales, pero hay interpretaciones que al enfatizar una de ambas situaciones tiende a negar la importancia que pueda tener la otra. Estas visiones distintas se apoyan en posturas teóricas divergentes, pues si se hace exclusiva la reciprocidad existente en las relaciones clientelares, como se haría desde un enfoque funcionalista, se pierde de vista la existencia de relaciones contradictorias, conflictivas y de dominación entre clientela y patrón. Por su parte, las relaciones de reciprocidad o cooperación fueron excluidas dentro del enfoque marxista, lo que llevó a que se ignorara o distorsionara el análisis de las relaciones clientelares, las cuales se calificaban como simple manipulación de los patrones en un afán por sobreestimar la dinámica clasista (“lucha de clases”). El funcionalismo, por consiguiente, tendía también a eludir las solidaridades entre los grupos subalternos (Moreno, 1999: 73-74).

En otro sentido, desde el punto de vista histórico y moral, la cuestión del clientelismo es compleja, ya que en los sistemas políticos basados en un Estado moderno –“burocrático”, en el sentido weberiano⁷ –, y en un sistema de democracia partidista y parlamentaria, se le considera un mal que debe ser moral y jurídicamente condenable, tipificado como corrupto; pero desde la perspectiva histórica y antropológica es explicable y comprensible que tal fenómeno clientelar exista donde esas supuestas estructuras y relaciones políticas no se dan o al menos están en formación, siempre desde la óptica weberiana.

Si se define corrupción “como un comportamiento que se aparta de los deberes formales de un estado público”, será difícil reputar de tal al clientelismo ahí donde las esferas de lo público y lo privado no están tan diferenciadas, como apenas empezó a ocurrir con el surgimiento de las sociedades y los estados liberales y burgueses del siglo XIX (Burke, 1997: 90-91).⁸ Cabe recordar la existencia de “favoritos” reales o de la corte, indispensables y funcionales al sistema de Antiguo Régimen o Colonial; de igual manera, las comunidades y los poderes locales no veían corrupto el sistema clientelar donde los sistemas de partido y las estructuras estatales no se habían asentado y configurado plenamente, donde los “notables” (patrones) reunían prestigio, riqueza y poder. Otra cosa será cuando los cargos públicos comiencen a separarse de la esfera local y privada mediante la presencia de los funcionarios y de la estructura estatal, y quienes transgredan la separación entre lo propio y lo estatal serán castigados moral y legalmente. Es decir, hay sociedades que simplemente han funcionado bajo una lógica distinta a la de la democracia parlamentaria y a la de un Estado burocrático moderno. Pero, igualmente, puede añadirse, habrá situaciones

complejas de transición en que se traslapan ambos sistemas socio-políticos y en que lo hasta entonces permitido comenzará a ser condenable moral y jurídicamente.

Ciertas corrientes de interpretación plantean el asunto de manera más polémica cuando señalan que existe una confusión, más o menos generalizada, entre clientelismo político y corrupción política para situaciones contemporáneas, y que por lo tanto no todo clientelismo debe ser sujeto de descalificación moral o legal. Así, por ejemplo, se argumenta que, “en todos los casos en que estas políticas señaladas como clientelares han potenciado la participación política, o han supuesto una proximidad entre el ciudadano y la administración, como generadora de servicios, porque ha obtenido respuestas eficaces a sus demandas, el clientelismo político ha estado al servicio de la democracia.” Se acepta y se afirma que tal práctica no es más que una estrategia electoral de los partidos para crear seguidores fieles que garanticen los buenos resultados y la posibilidad de gobernar (Corzo, 2002: 53-54).

Según esta postura, clientelismo y corrupción comparten rasgos decisivos comunes: el intercambio y la función instrumental, pero tienen una diferencia básica, y es la de moverse o no dentro de la legalidad (Corzo, 2002: 11 y ss.). Corzo Fernández concluye su argumentación afirmando que, por consiguiente, “considerar el clientelismo político como una patología o como un instrumento al servicio de la democracia depende del uso que se haga del mismo, de ahí que el clientelismo, como un instrumento al servicio de un fin es un medio a depurar para evitar sus disfunciones”. La autora señala que para su estudio será imprescindible investigar sobre los objetivos o finalidades de los intercambios que se producen en el ámbito de la política y de la administración, así como “cuál es el contenido del intercambio y los efectos que produce y cómo influye en aspectos como la participación política, el comportamiento político, el reclutamiento y financiación de los partidos políticos, la comunicación política, etc.” (54-55).⁹

Se puede aceptar que no siempre que hay clientelismo hay corrupción, pues básicamente depende de si se hace de manera legal o no, y esto está sujeto al contexto social, histórico, cultural y jurídico específico; pero, más importante para los objetivos de este artículo, es el asunto de la voluntariedad de actuar clientelarmente, por parte de la clientela, aún en sociedades democráticas. En esta visión de Corzo se da el supuesto de que en las relaciones entre las dos partes de la diada, al menos bajo un régimen de democracia liberal avanzada, hay también “reciprocidad, cooperación y [las relaciones clientelares] son elegidas voluntariamente por quienes lo practican, porque de entre los [mecanismos] que se pueden elegir, el elegido es el que les reporta un mayor beneficio subjetivo” (Corzo, 2002: 24). Aunque acertadamente la autora diferencia entre el clientelismo español decimonónico del actual, y resalta la reciprocidad y la cooperación, lo de la voluntariedad del acto, tal como lo plantea, oscurece la existencia de dominación en el clientelismo actual. Lo anterior le permite plantear que el primero sí fue de dominación (por evidenciar elementos coactivos), mientras que el segundo se basa en lo voluntario del acto:

El aceptar la relación de clientela como de intercambio, elegida racionalmente, supone indirectamente la exclusión de la vinculación de este fenómeno con cualquier contexto

autoritario o de dominación. Por el contrario, lo acercamos a sociedades en transición hacia la democracia, a sociedades en procesos de modernización y a contextos democráticos consolidados (Corzo, 2002: 29).

Opuesta a esta argumentación, que privilegia la cooperación, está la que considera “el clientelismo político como un mecanismo de dominación y sujeción política operado por sujetos que ocupan un lugar jerárquico superior”. Para esta postura, que es la que se asume en esta investigación por parecer la más plausible, “planteado el clientelismo como intercambio y visualizado este como arreglos jerárquicos, es incompatible con una esfera de reconocimiento mutuo desde un punto de vista de la igualdad y de la percepción de ambos sujetos de la relación como sujetos de derechos con pleno ejercicio de la ciudadanía; en realidad, el clientelismo mutila esta realización de derechos” (Trotta, 2003: 24).

Cabe aclarar que “dominación y sujeción política” se entiende sobre la base de que se puede dar, siguiendo a Gramsci, en términos coercitivos o hegemónicos, o mejor aún, como una variada y cambiante mezcla de ambas modalidades polares de ejercicio del poder. Por ejemplo, en el siglo XIX, y durante las primeras décadas del XX, en América Latina prevalecieron las formas coercitivas, mientras que en varios países durante la segunda mitad del siglo XX ha dominado el modelo hegemónico. Además, si bien dicha práctica puede estar dentro de la ley, lo cierto es que se está en presencia de una especie de abuso de poder del patrón gracias a su posición jerárquica superior y a su acceso a recursos públicos que utiliza con tal fin. Así que no siempre el problema es lo legal o no del acto, como tampoco la “voluntariedad” de la clientela en democracia para entrar en el juego, sino las condiciones limitadas de derechos y oportunidades de ese sector de la ciudadanía, al que no le queda mejor vía que entrar en el intercambio debido al uso abusivo del poder por parte del patrón y a una práctica clientelar heredada.

Finalmente, existe una perspectiva alternativa que surge de los estudios orientados a cómo resolver el problema de la pobreza, aplicados a la realidad rural chilena, mediante la “transformación de la intermediación política” (clientelismo) en las políticas y acciones estatales. Desde esta tesis, el autor sostiene que:

Como hipótesis de trabajo se puede postular que mientras más clientelismo hay en un territorio sociopolítico, menor será la calidad de la participación de sectores subordinados como el campesino. Transformar las relaciones de intermediación política puede ser la forma más eficaz y permanente de mejorar los espacios cívicos locales. Estos espacios formales existen dentro de sistemas sociopolíticos locales y sólo se pueden mejorar forzando una co-evolución de estrategias para cambiar el sistema mismo (Durston, 2005a: 2).

El enfoque que Durston (2005a: 9) propone es interesante para visualizar posibles superaciones –“desde arriba” y “desde abajo”– de las relaciones clientelares. Según esta perspectiva se partiría de un “clientelismo pasivo” para pasar a un “semi-clientelismo” que propiciaría, finalmente, una nueva relación, pero ya no clientelar, sino denominada de “sinergia”.¹⁰ El planteamiento es sugestivo porque reconoce y se

adentra en la posibilidad de superar el clientelismo mediante políticas progresistas o transformadoras en favor de los ciudadanos.

Hay indicios de que las formas predominantes de clientelismo político están cambiando en Chile, evolucionando desde la clásica relación patrón-cliente hacia formas de brokers competitivos y, en algunos casos, incluso hacia relaciones 'sinérgicas' o de 'coproducción', surgidas de pactos negociados entre facciones semiclientelares, reformistas, de la clase política y sus clientes de estratos pobres (Durston, 2005a: 9).

Es claro que este no es un camino fácil, ya que solo se puede transitar en él si el Estado, los gobiernos, los partidos y la organización ciudadana involucrados provocan o consensúan en un sentido democratizador y de saneamiento de la política.

En resumen, la historia evidencia que han existido diversas relaciones clientelistas desde la Roma Antigua, pasando por la Edad Media (las *cliénteles* de R. Mousnier), el Antiguo Régimen europeo, los regímenes liberales del siglo XIX, así como a lo largo de todo el siglo XX hasta el presente con distinto grado de consolidación de las instituciones democráticas según los países. Pero lo cierto es que cada caso debe ser puesto en perspectiva histórica, porque han sido fenómenos distintos para épocas y sociedades muy dispares, pese a similitudes en elementos básicos y a la permanencia terminológica, de ahí que sus transformaciones deban ser contextualizadas y visualizadas.

Los aportes de la antropología

Aunque las primeras preocupaciones académicas por el clientelismo provienen de la sociología de la posguerra, fueron los antropólogos los que se echaron sobre sus hombros la tarea investigativa. Lo hicieron entonces a su manera, efectuando una gran cantidad de investigaciones sobre el terreno, realizando prolijos estudios de caso en países o regiones "tradicionales", tales como la Europa mediterránea, el México rural, el sudeste asiático, entre otros. Los códigos culturales inicialmente se convirtieron en parte primordial del objeto de estudio: las actividades humanas y los valores asociados a ellas (como el honor, relaciones familiares, etc.) (Moreno, 1999: 74-75).

Algunas investigaciones encontraron elementos que podrían asumirse como de cambio, como lo es la existencia de la tercera figura que se suma a la díada patrón-cliente, la del mediador o *broker* que se mencionó anteriormente. Esta figura es importante y necesaria en momentos en que el Estado tiene cada vez mayor presencia en las comunidades rurales; estas están progresivamente más abiertas a su entorno y más integradas en las estructuras nacionales, políticas y de mercado. Así, se introducía la dimensión dinámica en un fenómeno y objeto de estudio que, hasta entonces, parecía muy estático y atemporal: los viejos patronos, normalmente grandes propietarios y poseedores de un aura tradicional de autoridad –"los notables", gamonales o caciques– perdían influencia en favor de nuevos profesionales más preparados para tratar con los aparatos administrativos en desarrollo (Moreno, 1999: 76).

De igual manera, según Moreno (1999: 77), desde la década de 1960 se fueron introduciendo en las investigaciones aspectos económicos y sociales –distribución de la propiedad, relaciones socioeconómicas entre terratenientes y campesinos–, más allá de cuestiones culturales. Fue en este marco que se realizó el debate ya señalado entre antropólogos funcionalistas y marxistas. Además se incorporaron elementos políticos –los “mediadores” y el Estado nacional–, pero aún el grueso de los estudios en esta etapa se quedó más en el campo cultural y bastante circunscrito a comunidades rurales vistas como universos aislados; es decir, la comparación fue poco desarrollada. Las dificultades para desarrollar generalizaciones en el ámbito estatal eran palpables, ya fuera para caracterizar una sociedad o un sistema político. Posteriormente, los antropólogos abandonaron en las últimas décadas el estudio del patronazgo, “cada vez más interesados por universos simbólicos y menos por relaciones de poder”.

Los aportes de la sociología y la politología: clientelismo y política

En decenios más recientes se han desarrollado dos caminos paralelos y relacionados entre sí: el de la sociología, preocupada por las relaciones sociales –en sentido amplio– y su modernización, y el de la politología, centrada en el estudio de las consecuencias del clientelismo sobre los sistemas políticos. Ambos han confluído en cierta manera en la consideración de un problema destinado a ocupar un lugar privilegiado en la ciencia social: el de la evolución del Estado contemporáneo. Los estudiosos en esta línea, atendiendo a preocupaciones más contemporáneas y sociopolíticas, fijaron aspectos relevantes que también definían a las relaciones clientelares: a) son relaciones informales, fuera de los órdenes jurídicos e institucionales, distintos a las económicas o legales; b) se apartan de las reglas universalistas y de la moral oficial, entrando en ocasiones en el terreno de la corrupción. Es decir, están basadas en el favor, en la arbitrariedad, no en el derecho (Moreno, 1999: 78).

Un aporte significativo de la sociología reciente ha sido el hecho de constatar que el fenómeno clientelista no desaparece con la modernización estatal o del sistema político, sino que en sociedades más o menos desarrolladas también existe y de manera importante (Moreno, 1999: 79-80).¹¹ Varios de estos estudios tratan sobre sociedades que, como las latinoamericanas, son modernas en el sentido de que tienen estructuras asentadas en el capitalismo –si bien subdesarrollado, presenta mercado nacional e internacional bien constituido y relaciones capitalistas dominantes–, cuentan con un Estado nacional cimentado en estructuras y principios liberales y del Estado social de derecho –división de poderes, sistema de partidos, legislación social, etc.–, así como una alta integración de los territorios nacionales, pero en las que el fenómeno clientelista existe incluso a veces con gran relevancia.

La cuestión clientelar propició una amplia diversificación problemática, pero en la cual los frutos han sido desiguales, en gran medida debido a que como hay una extendida presencia de los intercambios clientelares en las relaciones sociales “la teorización ha pecado de una generalidad excesiva y ha sido utilizada para los fines más variados”. Es así como sobre el mismo molde se han descrito los vínculos que articulaban

“a propietarios agrarios y campesinos pobres, a profesores y alumnos universitarios, y a grandes potencias y Estados subdesarrollados” (Moreno, 1999: 80).¹² Precisamente, esta observación se relaciona con la motivación de este artículo, pues parece un error teórico y metodológico hacer uso abusivo del término en ámbitos tan alejados de los sistemas políticos locales y nacionales: estas últimas parecieran que debían ser las escalas problemáticas para utilizar el concepto de clientelismo. De igual forma, en el lenguaje cotidiano se tiende a confundir clientelismo con todo tipo de relaciones y redes partidarias.

En todo caso, la sociología ha incorporado aspectos cada vez más políticos del clientelismo o patronazgo –a diferencia de los antropólogos–, de modo que en los últimos años se han obtenido interesantes desarrollos al respecto. Si bien los estudios siempre habían implicado aspectos de índole política, ya que la relación clientelar constituye de por sí una relación de poder entre los dos polos de la díada, un énfasis sobre el estudio del poder y de los sistemas políticos ha propiciado un cambio cualitativo.

En los años de la década de 1970, Luigi Graziano hizo aportes originales en esta línea basado en la experiencia histórica y política italiana, en la que las maquinarias partidarias adaptaron el funcionamiento clásico del comportamiento paternalista a las complejas sociedades contemporáneas: del clientelismo tradicional se pasó al clientelismo partidista (Moreno, 1999). Ciertas preocupaciones y caracterizaciones de Gramsci se encuentran en algunos de los hallazgos de este investigador, las que se relacionan con la “cuestión meridional”, asunto planteado desde la unificación italiana en el siglo XIX y que ha estado presente desde entonces: el papel del político profesional, las relaciones entre Estado y ciudadanía, la debilidad ideológica de los partidos y los desafíos que el clientelismo le plantea a esta situación para, entre otras cosas, dar mayor coherencia a la gestión política.

Los especialistas en política se han centrado en el clientelismo del segundo momento, el que corresponde al dominio de los partidos burocratizados sobre la escena pública –la llamada *machine politics*–, dejando a los historiadores la etapa de los notables. Sin embargo, el estudio de algunos sistemas ha obligado a utilizar una perspectiva histórica, como en los casos modernos de Estados Unidos y de Italia; del primero se ha estudiado el clientelismo en las ciudades del Este en la primera mitad del siglo XX, y del segundo el proceder del Partido Democracia Cristiana en la región meridional durante las décadas posteriores al régimen fascista y a la II Guerra Mundial.

Otros estudios referentes al Mediterráneo europeo, pero específicamente para el clientelismo denominado “de notables”, arrojan luz sobre los engarces, que no deben obviarse, entre lo político y las relaciones sociales en sentido amplio dentro del fenómeno en cuestión, sean sociales, económicas o culturales. Algunos estudios sobre la España rural, decimonónica y de primeros decenios del siglo XX, resaltan la importancia de aspectos de las relaciones sociales como la familia, las amistades, las fidelidades derivadas de una socialización de lo local y lo cotidiano, donde lo político se presenta como una prolongación de lo social – poca separación entre lo público y lo privado y en el que la frontera entre familia-clientela-grupo político y entre favor personal y gestión pública (“patrimonialización del Estado”) es poco discernible, excepto por

algunos discursos retóricos que riñen con la realidad cotidiana. Familiares y parientes forman parte del núcleo clientelar en el plano local y regional, en elecciones municipales y provinciales; cual red de poder, las clientelas también incluyen “amigos políticos” compuestos por amistades, conocidos y vecinos que aportan votos. Se evidencia así el *continuum* existente entre lo social y lo político en la realidad del clientelismo de notables o gamonal, lo que bien podría ser objeto de análisis para la sociedad costarricense, y quizás de toda la región centroamericana, al menos en el mismo período (desde el siglo XIX y hasta mediados del XX, o hasta más acá) (Veiga, 1999: 27-33).

Pero, también, las relaciones económicas tienen participación en esas relaciones políticas, dado que la situación privilegiada que otorga la posesión o el control sobre medios de producción es un arma política que no se puede soslayar. Tal situación se evidencia con la masiva presencia de propietarios agrarios en el parlamento español. El asunto es además polémico, por la valoración que pudieran hacer los actores sociales clientelares a ese respecto. Al menos para el caso inglés, se consideraba una obligación para los *farmers* votar por el terrateniente, pero esa normalidad del sistema al historiador no necesariamente le puede parecer tal. Al menos en estudios hechos en España, tal coerción ejercida hacia el campesino era vista por este como “un medio barato de contentar a sus superiores sociales”, pero en buena parte esto podría explicar, por otro lado, el desinterés por lo político de ese grupo social. En todo caso, las situaciones de otorgar votos por deferencia o por coacción no siempre son fáciles de establecer. Lo que sí queda claro es el carácter desigual de la relación, tal como se señaló desde un inicio (Veiga, 1999: 33-34).

Finalmente, Veiga (1999: 34-37) expone los vínculos existentes entre lo político y lo cultural, enfocado hacia las mentalidades colectivas, particularmente en el “mecanismo del favor” –aludido anteriormente– y que representa una práctica mediante la cual se intercambia apoyo político-electoral por servicios y gestiones concretas de muy diverso tipo. El “favor por favor” o el “ayúdame que yo te ayudaré” han sido formas populares de relación solidaria, considerada una actitud normal, lógica y hasta de sentido común en el plano comunitario; pero en la esfera política esto puede interpretarse como cambio de naturaleza y transformarse en práctica egoísta e individualista, no para la colectividad o el bien común, sino para el bien privado: instrumentación política de la fórmula social del “don” y “contradon” de los antropólogos. De esas situaciones surgen más bien las frases como “quien no tiene padrino no se bautiza”, haciendo mención a la necesidad de tener un protector para cualquier tipo de gestión.

Al hacer un balance parcial sobre los avances en el campo de estudio en el plano internacional –más adelante se abordará cómo se ha desarrollado el campo de estudio en América Latina–, podría comenzarse diciendo que es evidente que el clientelismo no ha sido ni es solo un fenómeno del campo o de sociedades más o menos arcaicas, al menos en lo que a clientelismo político se refiere. Dentro de los Estados modernos la indefensión en que viven amplias capas de la población urbana o rural, su fragmentación y su aislamiento relativo con respecto a los centros de poder, hace posible la mediación de los políticos clientelistas. Se buscaron explicaciones en

aspectos socio-económicos y culturales, pero una cuestión central en el asunto ha sido dilucidar, desde el campo político, el proceso mediante el cual se desarrolló una democracia con estas formas clientelares de organización político-partidarias.

El proceso electoral se convirtió en tales circunstancias en el momento clave del sistema de clientelas, dominado por un comportamiento que perseguía beneficios tangibles inmediatos, en vez de compensaciones ideológicas o de grupo por parte de la clientela (Moreno, 1999: 82-83).¹³ Es así como los partidos adoptan la forma de “faciones” de notables que intentan atraerse el apoyo de los electores, preferentemente por medio del favor y no de programas amplios y orgánicos de reforma. La combinación de sufragio universal y crecimiento estatal puede producir en este contexto el clientelismo de masas y la organización de maquinarias políticas, dando como resultado la creación de, por un lado, consenso que garantiza una cierta estabilidad, y, por otra, la ineficiencia del Gobierno, que es incapaz de llevar a cabo proyectos a largo plazo (88-89).¹⁴

Aportes y desafíos historiográficos a la cuestión del clientelismo

La historiografía mundial ha estudiado desde el siglo XIX el fenómeno clientelista. De ese entonces provienen estudios historiográficos clásicos sobre la Roma Antigua, como los de Numa Denis Fustel de Coulanges (*La ciudad antigua*, 1864) y de Theodor Mommsen (*Historia de Roma*, 1854-85). Ya en el siglo XX, Roland Mousnier construyó por primera vez una teoría completa acerca de los vínculos clientelares bajo la influencia de la sociología funcionalista y desarrolló, desde los años cuarenta, su definición de las *fidélités* y las *cliénteles* para la sociedad feudal francesa. Tanto en Francia como en Inglaterra los historiadores investigaron los sistemas clientelares durante la Edad Moderna, particularmente en este último país, cuando la dinámica política creada alrededor del Parlamento generó la creación y competencia de clientelas políticas a lo largo de los siglos XVIII y XIX (Moreno, 1999).¹⁵

Buena parte de la historiografía más reciente se ha centrado en el período contemporáneo, siglos XIX y XX. Lo que se investiga, principalmente, es el clientelismo de los sistemas políticos liberales. Se estudia desde sus antecedentes, influidos por elementos del Antiguo Régimen, su desarrollo posterior y su transformación en estructuras y regímenes políticos de democracia liberal: tales son los casos del mediterráneo europeo y lo que en el mundo hispanoamericano se ha denominado caciquismo o gamonalismo, con las diferencias que ya se han señalado entre el caso español y latinoamericano y toda su variedad posible. En esta abundante literatura internacional aparecen los mismos problemas de investigación y limitaciones metodológicas:

... desarrollo del Estado, evolución de los partidos y de los sistemas de participación, eficacia de la administración pública, justificación ideológica y deslegitimación de los regímenes políticos. Al margen de sus conclusiones, todos encontraron dificultades para estudiar la influencia de las prácticas clientelares sobre estos fenómenos. Además de la conceptualización, siempre ardua, hubieron de afrontar el desafío de hallar fuentes adecuadas. Como el medio predilecto del patronazgo es el de la petición y concesión de favores personales, resultó reveladora la exploración

de archivos privados, donde se custodiaban las cartas de clientes y patronos. Los documentos oficiales nunca recogen toda la riqueza de la relación (Moreno, 1999: 14).

Las investigaciones hechas parecen desmentir el planteamiento de la existencia de una evolución política lineal, según la cual la hegemonía del patronazgo no era más que la adaptación necesaria de un sistema político moderno a condiciones sociales de atraso y, por tanto, un paso imprescindible para abrir el camino a la participación masiva y ciudadana que necesariamente se impondría con el desarrollo. Se ha encontrado que el clientelismo ha pervivido, que no es solo un vestigio arcaico o de situaciones de transición, sino que se manifiesta de diversas maneras y en distinto grado en sociedades en avanzado estado de desarrollo social y de modernización (Auyero, 2001: 35-38). Tampoco ha quedado zanjado el diferendo de si el clientelismo político de notables fue un elemento favorable y hasta necesario para el desarrollo democrático en sociedades rurales y oligárquicas, o si más bien esa etapa atrasó el proceso y actualmente sigue influyendo negativamente, dado que persisten tales prácticas clientelistas en estructuras democráticas y estados modernos.

Las anteriores consideraciones obligan a dar relevancia a estudios de procesos históricos concretos, en los que influyeron diferentes circunstancias y decisiones tomadas por los actores sociales, tanto los que se beneficiaban como los que se oponían al mismo. Es así como ha habido procesos en que los patronos cooptaron y evitaron la apertura de una competencia electoral que movilizase a la población, o impidieron los planes de reforma. Asimismo, es posible que en otros casos cierta fuerza populista ascendiera políticamente mediante una determinada oleada movilizadora, pero una vez empoderado el líder o la dirigencia, desmovilizase a sus seguidores para integrarlos en una maquinaria clientelar (Moreno, 1999: 89).

Cabe concluir también que desde que el clientelismo se constituyó en objeto de estudio, se han ido transformando las definiciones y las interpretaciones sobre este fenómeno de forma apreciable. El mismo concepto se ha utilizado de manera excesivamente flexible –como ya se ha señalado– de tal manera que se ha utilizado para describir prácticas que no siempre han respondido a la esencia de la relación clientelar. En parte esto ha sido a veces así porque el fenómeno se manifiesta de forma distinta en función del contexto en el que se desenvuelve. De igual forma, no debería obviarse las dos condiciones básicas de la relación clientelar: el intercambio de favores por apoyo político y la desigualdad de poder en la relación establecida.¹⁶

El clientelismo político en América Latina: objeto de estudio y teoría

Las investigaciones sobre clientelismo en América Latina, según González Alcantud (1997: 20-21), tras unos estudios un tanto superficiales por parte de la antropología e historia norteamericana, exceptuando las aportaciones teóricas clave de Foster (1961, 1965) y Paul Friedrich (1965), experimentaron un cierto auge abanderado por antropólogos e historiadores autóctonos en los años noventa. Estos últimos se han desembarazado del ortodoxo aparato conceptual de “un cierto marxismo”, el cual

había producido obras, en especial en México, referentes al clientelismo con una “fortísima carga de apriorismo interpretativo”, es decir, dentro de lo la confrontación entre funcionalistas y marxistas antes reseñada.

En el moderno clientelismo político, posterior al caciquil o de notables gamonales, bajo un poder estatal bastante centralizado y un sistema de partidos más o menos desarrollado, los bienes públicos no siempre se han administrado según la lógica imparcial de la ley, sino que, bajo una apariencia legal, algunas veces se han utilizado discrecionalmente por los detentadores del poder político.¹⁷ Aunque actualmente con frecuencia se corresponde con figuras jurídicas tipificadas como prevaricación o corrupción, existen pocos incentivos para que los participantes desistan de acudir a las prácticas clientelares, puesto que este se halla institucionalizado como patrón más o menos regular de interacciones, conocido, practicado y aceptado –si bien no necesariamente aprobado– por los actores (O’Donnell, 1997).

Recientemente, enfoques más ponderados y afinados han incorporado los avances de las ciencias sociales en otras latitudes, enriqueciendo y mejorando la discusión teórica y el desarrollo metodológico. De igual manera, se han establecido diferencias que historizan el fenómeno del clientelismo entre lo que podría ser uno cacical o de notables, propio del siglo XIX y primeras décadas del XX –dependiendo del país o región– y otro que surge a partir de la existencia de democracias formales y de partidos políticos de masas de distinto signo, cerca de la mitad del siglo XX o más acá, dependiendo del país, ligado a la existencia de un Estado de bienestar y a políticas sociales que lo sustentaron hasta la década de 1970. Finalmente, se plantea la existencia de un clientelismo más reciente, surgido a partir de las transformaciones estatales neoliberales desde la década de 1980. Ya no habría solo un “intercambio explícito” de votos por favores –el denominado clientelismo “grueso” o “denso”–, sino que el nuevo “aparece como una negociación pluralista sobre los derechos ciudadanos”. Sería “una forma de clientelismo fino” o “institucional”, construido sobre la base de la implementación de las llamadas “políticas sociales focalizadas”, por medio del cual se ofrece el recurso del Estado por parte de un “mediador”, pero a través de un plan institucional, constituyéndose en “un mecanismo de control y de práctica clientelar a gran escala” (Trotta, 2003: 37-41).¹⁸

Las orientaciones teóricas nuevas han enriquecido la problemática, incorporando aportes provenientes más de la sociología y la politología que de la antropología, aunque los métodos etnográficos de esta disciplina han sido incorporados para el estudio sobre el terreno. Tal es el caso, al menos en el ámbito latinoamericano, de estudios para la Argentina reciente, como el de O’Donnell, Auyero, Trotta, Crevari y Torres, algunos de ellos bastante influidos por las discusiones europeas y norteamericanas.¹⁹

Metodológicamente, algunos de estos estudios se hacen bajo los términos de la etnografía, aunque también de la entrevista sociológica; y si bien en general dominan los estudios de caso, como en barrios y pueblos, en ellos se debe reconocer la intención por generalizar y contextualizar. A continuación se realiza un resumen de los elementos principales que algunos de estos autores han planteado, a riesgo de reiterar algo de lo dicho en los apartados anteriores.

Según Auyero, la relación de los clientes con el patrón no se apoya únicamente en su interés por los favores que pueden recibir a cambio de su adhesión, sino que está basada en la experiencia vivida con respecto al funcionamiento del poder y en las expectativas que esta situación genera. El elemento material y puntual de intercambio del clientelismo tendría así un efecto persistente sobre las expectativas sociales y políticas de los participantes; si bien la relación entre cliente y patrón se inicia con un “favor fundacional”, mediante el cual el patrón –posiblemente a través de un mediador– brinda una prestación al cliente, no es este el factor más importante en la constitución del sistema, sino el conjunto de creencias, presunciones, estilos, habilidades, repertorios y hábitos que la experiencia repetida, directa e indirecta de estas relaciones, provoca en los clientes.²⁰

La relación entre cliente y patrón no es simétrica, como ya se ha dicho, pues existe en ella una situación jerarquizada de dominación motivada por la disponibilidad desigual de capital social, simbólico y económico de patrones y clientes. Además de las diferencias producidas por el acceso diferenciado al poder estatal o económico, es la posición histórica de los agentes en el “campo clientelar” – su reconocimiento público como “necesitados” o “dispensadores” – lo que le da el carácter de un espacio históricamente constituido con instituciones específicas y leyes propias de funcionamiento.²¹

La explicación del sistema clientelar como un campo –en lugar de como una estructura estable de roles, en la tradición estructural-funcionalista– permite explicar que las posiciones de los actores cambien a partir de una compleja serie de cuestiones. Por ejemplo, el poder del patrón puede verse amenazado por el ingreso de un patrón alternativo, o por circunstancias especiales, como las vísperas de un acto electoral donde necesita el voto de los clientes de la red quienes, aprovechando la coyuntura favorable, adquieren mayor fuerza en la negociación. Incluso, la dinámica propia de una red clientelar podría generar que un actor modifique su posición, pasando de cliente, en virtud de la confianza obtenida de su patrón, a mediador, con lo cual suma capital para moverse dentro del campo. Hay que recordar que anteriormente se había dicho que estas relaciones son difusas e informales, lo que confirma ese posible carácter dúctil de las mismas. Por ejemplo, en el estudio empírico realizado se encontró la desafección de un patrón a otro de clientes provenientes de partidos distintos, en una fase bipartidista del escenario político costarricense, lo cual reafirma la idea de que tales relaciones pueden ser cambiantes cuando existe competitividad electoral (Badilla y Cerdas, 2009).²²

Cada participante del campo clientelar tiene objetivos propios (*illussio*).²³ Los clientes buscan respuestas a sus necesidades básicas inmediatas, los mediadores pueden motivarse por diferentes cuestiones, desde adscripción partidaria o ideológica hasta el mantenimiento de un empleo estatal, y los patrones buscan a su vez acumulación política como objetivo estratégico, y acumulación electoral como objetivo coyuntural. Pero, al mismo tiempo, es imprescindible un interés propio del campo clientelar; esta *illussio* es la convicción de que actuar en ese campo tiene una importancia primordial, lo que a su vez se vuelve indispensable para que el campo funcione. Salvo excepcionalmente, la *illussio* no es producto de un cálculo consciente, según la postura teórica de

Auyero, sino que es el resultado de una creencia que estructura las formas de relación con las prácticas políticas.²⁴

Para el caso del patrón, la acumulación política incluye tanto la búsqueda de adhesiones que legitimen su rol de dirigente político, como la construcción de aparatos que otorguen la posibilidad de acrecentar su poder. El patrón no obtiene recursos económicos de la red, sino que mediante ella amplía su base de sustentación para mantener su carrera. Esa acumulación debe concretarse, hacerse visible en un momento concreto, sobre todo en los comicios, cuando el poderío del patrón debe ratificarse.

Los patrones suelen ser gobernantes o legisladores; los mediadores, parte de la nómina de ministerios, municipios o legislaturas. Esa es otra característica propia del clientelismo: se ejerce a partir de la estructura burocrática o del aparato público estatal. Del Estado provienen por lo general los recursos que posibilitan los intercambios clientelares y es también el ámbito de actuación de patrones y mediadores; el clientelismo moderno tiene su base en él, constituyéndose en una variante de privatización de lo público. En el estudio de caso que sirve de base a este artículo se encontraron mediadores que eran funcionarios de un partido político que se desempeñaban en frentes de lucha por vivienda (Badilla y Cerdas, 2009).

Una interesante disyuntiva metodológica ha sido presentada por Trotta (2003), autor que se centra en el mediador (*broker*) como punto clave de la relación clientelar, adoptando el enfoque de la teoría de la estructuración de Giddens y utilizando conceptos clásicos del marxismo para caracterizar el entorno nacional e internacional en que se dan las relaciones clientelares que investiga. A su vez critica el enfoque que denomina “subjetivista puro”, procedente del neomarxista Jon Elster con su “teoría de la elección racional”, aunque Trotta también señala la existencia de otros subjetivistas, procedentes de la “teoría de la acción normativa” de Talcott Parsons. Estos enfoques, según el autor, tienden a acentuar el porqué los actores participan o actúan, pero no van más allá: los parsonianos lo considerarían funcional al sistema porque se actúa sobre situaciones preexistentes (“respuesta esperada a una norma que precede a la acción”) y desde el individualismo metodológico de Elster, en el que la relación clientelar se considera “fruto del balance costo-beneficio y de maximización de las utilidades (materiales o simbólicas) que los sujetos individuales involucrados en su trama realizan y estructuran” (31).

Trotta (2003: 30-33) considera tales posturas insuficientes para el análisis del fenómeno clientelista, porque enfatizan lo “descriptivo y prescriptivo”, evitando la consideración de su “estructuración como fenómeno ligado a una praxis social”, y dificultando este enfoque la explicación de por qué se producen cambios y transformaciones en las mismas. La limitación de dicho punto de vista, apunta el autor, es que deja de lado la concepción de “sujetos reflexivos” que actúan generando “prácticas estructurantes [si bien] limitadas por las estructuras”. Y concluye apostando por su postura teórica: “la relación praxis-estructuración y su consideración permitiría la integración micro-macrosocial de las prácticas sociales clientelares”. Como consecuencia, afirma que “los sujetos individuales poseen una capacidad reflexiva que dota de sentido sus acciones, sin embargo dichas acciones no son enteramente producidas

por el libre albedrío de los individuos”, ya que están constreñidas por las estructuras, entendidas como normas y reglas sistémicas, vale decir, los elementos que sustentan el ordenamiento institucional.

Bajo esta visión sería posible comprender el cambio, la acción estructurante. De tal forma, las relaciones clientelares se sustentan y transforman por la existencia de un sistema político que las posibilita y unos sujetos que actúan bajo esas condiciones, pero que mediante las prácticas asumidas promueven bajo ciertos márgenes la transformación. Por lo tanto, el clientelismo no siempre es igual en el espacio y en el tiempo, como se ha estado afirmando. De igual forma es de suponer que se pueda eliminar de las prácticas políticas, si hay acciones en tal sentido; este es el caso de lo propuesto por Durston (2005a, 2005b).

Como se ha señalado, Latinoamérica ha experimentado a lo largo de su historia la existencia del clientelismo político, particularmente durante el siglo XX. Las investigaciones sobre México, tan estudiado, sumado a los de países como Argentina, Colombia y Brasil, demuestran una amplia manifestación del fenómeno en el subcontinente, por cierto que en formas de estado bastante diversas y bajo gobiernos de muy distinto signo político. Esto último es importante señalarlo porque con frecuencia se tiende a pensar que el clientelismo ha sido un fenómeno únicamente afincado en las prácticas políticas de los partidos y gobiernos populistas o reformistas, cuando en realidad lo practicaron gobiernos conservadores, como los de la década de 1930 en Argentina, así como el gobierno dictatorial de Stroessner en Paraguay, los gobiernos moderados de Colorados y Blancos de Uruguay y el somocismo en Nicaragua (Bethell, 1997a: 34; 1997b: 6, 10, 159, 166, 174, 186 y 205; Bataillon, 2008: 22, 180).

Síntesis conclusiva

Es evidente que las ciencias sociales han avanzado en el estudio y conceptualización del fenómeno contemporáneo del clientelismo/patronazgo. Para los intereses de cualquier investigación sobre el tema parece importante, en primer lugar, historizar/contextualizar el concepto de clientelismo, para que no se vacíe de significado, pues es claro que distintos tipos de clientelismo han existido a lo largo del tiempo en diferentes latitudes. Debe reconocerse que existen componentes permanentes, como lo son el intercambio y la desigualdad, pero puede variar el contexto en que se da, así como lo que se intercambia, aunque siempre será algún favor básico por apoyo político.

Un cierto tipo de clientelismo existió, al menos en Occidente, desde la República Romana; ahí tuvo ciertos contornos que se modificaron con el advenimiento del Bajo Imperio; luego los historiadores también han encontrado su huella en la Edad Media y la Edad Moderna europeas, en un ámbito social bastante modificado; hasta llegar a las sociedades contemporáneas, en contextos también bastante diferenciados, bajo el influjo del Estado liberal y de los regímenes incipientes de partido, los que luego se fueron consolidando, tanto en países centrales como en los periféricos. A este último se le llama clientelismo político.

Para la historia latinoamericana se han encontrado formas de relaciones clientelares desde la Colonia, las que se habrían tendido a modificar al surgir las repúblicas independientes, pero sobre todo cuando se fue asentando el poder oligárquico-liberal con los partidos de notables. Fue así como habrían ido apareciendo las primeras formas de clientelismo político, con importantes componentes cacicales-gamonales y de ruralidad. Entrado el siglo XX, de nuevo se transformaría gradualmente el fenómeno clientelar en medio de procesos de industrialización, de modernización estatal, políticas sociales y con la existencia de partidos de masas, con las posibles variantes de “grueso” y “fino”; este último, sobre todo a partir de las últimas dos décadas del siglo pasado.²⁵

Un aspecto importante discutido es si el clientelismo político habría podido favorecer o no el desarrollo democrático, pues todo parece indicar que es así dependiendo de la situación en que se dé. Por ejemplo, si ocurre en medio de una sociedad oligárquica y de sistema político restringido de elección censitaria, el fenómeno podría convertirse, según algunos estudiosos, en la vía mediante la cual las masas urbanas y algunas de sus organizaciones irrumpen o son atraídas a los torneos electorales, tal y como ocurrió con ciertos regímenes o partidos liberales, a veces autodenominados “radicales”, en América Latina durante los últimos años del siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX. Esto llevó a la aparición de fenómenos reformistas y de cierto progreso democrático, particularmente en las ciudades, los cuales se convirtieron en los llamados “radicalismos liberales”, o luego, los populismos de mediados de siglo XX. Casos en que puede ser más claro que actúe como retardatario serían, por ejemplo, durante el siglo XIX en España y Latinoamérica rurales, pues es un clientelismo con determinantes rasgos de dominación patriarcal-terrateniente y fuerte componente coactivo. Es decir, que habría que analizar el caso para obtener una valoración en uno u otro sentido con respecto a la democratización.

Retardatario puede ser también el papel que juegue en la situación actual latinoamericana, cuando las vías de mejoramiento democrático pasa porque se conforme una ciudadanía fuerte y organizada, participativa y propositiva, con mejor conciencia de sus derechos y de vocación para contribuir a eliminar inequidades de diferente tipo y, por lo tanto, con mayor independencia respecto de los núcleos de poder dominante. Tales perspectivas se ven limitadas, en particular, porque las prácticas clientelares debilitan el surgimiento de esa ciudadanía autónoma en importantes sectores de la población.

Sobre la virtual divergencia de los enfoques de Auyero y Trotta, la misma puede más bien tomarse como una posible complementariedad virtuosa. La perspectiva de Auyero aporta, particularmente, para no ver la relación clientelar como una simple manipulación desde arriba, entendida como si los patrones son los agentes activos y la clientela es fundamentalmente pasiva y manipulada; además que demuestra la existencia real de una “determinada cultura política de los pobres”, entre otras contribuciones. Pero por su parte, Trotta llama la atención sobre lo importante que es poner atención a las explicaciones del cambio de la relación y que no se deje de problematizar los resultados políticos y de dominación que la persistencia del clientelismo genera, los

cuales son evidentemente negativos dentro de una perspectiva de derechos ciudadanos y de democracia avanzada.

Auyero señala que si bien su estudio parece ser “reproductivista”, lo es por el hecho de que el caso estudiado así lo manifiesta: no hay ruptura clientelista en él. De todas maneras, afirma, los mecanismos de reproducción clientelar es algo que se debe estudiar; él lo hace desde “los de abajo”. Argumenta que concibe que este tipo de situación deba entenderse como “experiencia social en solución”, es decir, concordando con Giddens y de paso pareciera que con Trotta, es “un proceso estructurado y estructurante” que no debe ser concebido “como un producto cultural terminado, como un elemento ya ‘precipitado’”. Para ello acude a Marx, apelando así a las limitaciones que la voluntad y la acción social tienen respecto de las estructuras:

Los hombres hacen su propia historia, pero no la hacen a su libre arbitrio, bajo circunstancias elegidas por ellos mismos, sino bajo aquellas circunstancias con que se encuentran directamente, que existen y les han sido legadas por el pasado. La tradición de todas las generaciones muertas oprime como una pesadilla el cerebro de los vivos (Marx, 1976: 408).

De igual manera, es sugerente la perspectiva de transformación y superación de las relaciones clientelares que introduce el planteamiento de Durston (2055a, 2005b), el cual reconoce situaciones clientelares en procesos de profundización democrática, los cuales alentarían un empoderamiento de los grupos subalternos gracias a una plataforma partidaria o gubernamental reformista o transformadora, la cual se propondría reemplazar las relaciones clientelares y a los intermediarios por una institucionalidad democrática y participativa.

Nos parece atinente incorporar, siempre dentro de la historia reciente, la diferenciación que hace Robert Gay (1997) entre un clientelismo político “grueso” de otro “fino” o institucional, lo cual podría adaptarse bien a las condiciones de transformación estatal operadas, por ejemplo, en Costa Rica desde las décadas de 1980 y 1990. Pero, además, tal como señala Trotta, no se descarta la coexistencia de ambos tipos de clientelismo en las últimas décadas del siglo XX, al menos para Brasil y Argentina. Lo que sí es cierto es que los ajustes estructurales y las políticas neoliberales introdujeron cambios importantes en la política social del anterior Estado benefactor, obligando a que medidas que antes fueron universales o masivas –las que a menudo sirvieron para favorecer el “clientelismo grueso”, de intercambio explícito de votos por favores– se focalizaran, aunque las mismas no evitaron la transformación del clientelismo hacia el tipo “fino”, o al menos a la coexistencia de ambas modalidades.

Donde los regímenes políticos permiten un grado adecuado de competitividad entre los partidos, se propicia en el campo de las relaciones clientelares la posibilidad de que la clientela logre mejores condiciones para la transacción, pese a la situación subordinada en que continúan: en tales situaciones de democratización, como lo fue hace unas dos o tres décadas en algunos países de América del Sur, “el intercambio de votos por favores

involucra la participación informada, calculada y extremadamente efectiva de las organizaciones populares que buscan hacer responsables a los políticos, sacando ventaja de las limitadas oportunidades que surgen de los crecientes niveles de competencia política” (Corrochano, 2002: 133). Sin embargo, como Corrochano señala, bajo las nuevas orientaciones de reforma neoliberal estatal, las que se han acompañado de la introducción de elementos democratizadores y de participación ciudadana, existe una tendencial desigualdad en el mercado que contraviene el aspecto democratizado y que reproduce la situación supeditada de los clientes, particularmente de los sectores pobres de la sociedad. Es posible homologar esta situación con la de Costa Rica para el período de bipartidismo consolidado –década de 1980 hasta aproximadamente 2002–, en que la clientela puede negociar con ambos oferentes de favores.²⁶ En la coyuntura actual, la quiebra del bipartidismo provoca la presencia de un único oferente claro y dispuesto en la escena política nacional: el Partido Liberación Nacional.

Lo paradójico es que mucha de la argumentación neoliberal, sobre la eliminación de las políticas universalistas del Estado de bienestar, ha girado en torno a la eliminación del despilfarro y el desvío de recursos y así alcanzar mayor eficiencia en la inversión social, haciéndola llegar más directamente a quien realmente la necesita, y de paso eliminar deformaciones como el clientelismo; pero este fenómeno en Argentina no desapareció, ni en el Gobierno de Carlos Menem, autodenominado “justicialista”, pero neoliberal en su práctica, ni tampoco en la Costa Rica de los gobiernos “socialdemócratas” y “socialcristianos” que impulsaron los ajustes estructurales de los años 80 y 90 del siglo pasado, y menos aún en lo que llevamos del siglo XXI.

Para el resto de países centroamericanos, la apertura democrática de las últimas décadas amerita un estudio detenido del fenómeno en cuestión. Pero en particular para Costa Rica se hace imprescindible dar seguimiento al estudio de este fenómeno, el cual cotidianamente se discute en medios y debates políticos como un flagelo necesario de superar.

En el campo de la literatura y la ensayística costarricense el tema fue tratado en su momento; respectivamente se puede mencionar, a manera de ejemplos, *La Suiza Centroamericana*, de Mario Sancho, y *Mamita Yunai* de Carlos Luis Fallas (Calufa). Ambas obras exponen la práctica político-electoral del clientelismo coactivo de la primera mitad de siglo XX en el Valle Central y en Talamanca, respectivamente.²⁷

Si bien para el siglo XIX y primera mitad del XX se carecen de estudios sobre el fenómeno, al menos para la historia reciente se cuenta con aportes importantes. Se puede mencionar un estudio de la problemática de las relaciones clientelares entre el Estado y los campesinos de la región caribeña, durante la década de 1980 (de Vries, 2001). De igual forma, hay importantes investigaciones que abordaron la problemática de las décadas 80-90, haciendo análisis desde el Estado y la política social enmarcada en los ajustes estructurales y, en buena parte, incursionando precisamente en los movimientos pro-vivienda desde un enfoque distinto al nuestro (Valverde, Trejos y Mora, 1993; Molina, 1990).²⁸ Asimismo, existen dos contribuciones publicadas poco después de concluida esta investigación: una reflexión teórica sobre clientelismo y un

estudio sobre el clientelismo burocrático, los cuales emanan de tesis de grado y posgrado respectivamente (Acuña, 2009; Cascante, 2009). Más allá de esta producción aquí aludida, desde las ciencias sociales en general y desde la historia en particular, se evidencia que no se ha investigado lo suficiente esta problemática fundamental y vasta en la historia lejana, reciente y presente de la política del país y de toda la región centroamericana. El campo está abierto.

Notas

- 1 “Clientela” fue una situación legal en la Roma Antigua, aunque también una convención social, con la cual se unía a algunos plebeyos de manera jurídica, social y económica, a familias patricias. Esto fue a menudo una conveniencia para los mismos plebeyos, pues al solo gozar de limitados derechos legales y protecciones bajo la ley, el hecho de convertirse en clientes les otorgaba alguna protección del patrón. Durante la transición de la Antigüedad romana a la Alta Edad Media, hombres libres, ante la inestabilidad social general, pasaron a ser protegidos de patronos, coadyuvando así a la aparición de lo que serían las relaciones feudales de siervos y señores (Anderson, 1979; Bloch, 1976). Para las transiciones post-esclavitud en los Estados Unidos ver Hargis (2004: 825-864)
- 2 Hay quienes diferencian ambos términos, por ejemplo, Gordin (2006: 9).
- 3 El caso mexicano se transformó históricamente conforme la sociedad, el Estado o las estructuras de poder cambiaban: habría una fase Colonial, otra desde la Independencia hasta los primeros años de la Revolución, y una tercera iniciada en la década de 1920 y que floreció a lo largo de la segunda mitad del siglo XX (Buve, 2003; Meyer, 2000).
- 4 Corzo Fernández diferencia el caciquismo español del siglo XIX del clientelismo político actual en ese país, pues al primero lo cataloga como una forma de simple y directa dominación política, a diferencia del actual, que se da dentro de un régimen democrático.
- 5 Antonio Gramsci trató la “cuestión meridional”, y en sus escritos hay una caracterización de la formación socio-económica y política del sur (“bloque agrario”), en el cual, entre otras cosas, se hace referencia al papel tradicional que juegan los intelectuales y políticos como aseguradores del poder, y donde se destaca su actuación a escala local como “intermediario[s] entre el campesino y la administración en general” y los cataloga además como “corrompido[s]”. Ver “El bloque histórico del Mezzogiorno en 1926”, fragmentos de manuscritos de Gramsci en Portelli (1980: 151-157).
- 6 González cita el caso de Roger Bartra (1975: 20-21) y “sus discípulos” como marxistas, para el caso del caciquismo rural mexicano.
- 7 Según Max Weber, dicho Estado contaría, entre otras normas, con las siguientes: a) tiene funcionarios profesionales que forman parte de una estructura jerárquico-administrativa de mandos, b) perciben un salario y no reciben gratificaciones por sus servicios, y c) son reclutados por méritos probados y no por recomendaciones.
- 8 Así, por ejemplo, al tipo de clientelismo político que se desarrolló en los Estados Unidos entre fines del siglo XIX y mediados del XX se le denominó peyorativamente *spoils system* (“sistema de botín”), el cual se caracterizaba por premiar servicios brindados al partido mediante empleos públicos.

- 9 El estudio de Corzo Fernández hace referencia concreta al clientelismo existente en la España de Felipe González (1982-1996), particularmente en las regiones de Galicia y Andalucía. Hay que recordar que bajo su gobierno se generaron escándalos respecto de supuestos casos de corrupción.
- 10 “Semicientelismo” es un término que Durston tomó de Jonathan Fox (1992). Los estudios de Durston y Fox están referidos a zonas rurales de Chile y México, respectivamente. Ver al respecto la segunda parte del artículo de Durston (2005b).
- 11 Moreno Luzón cita los trabajos de un grupo de investigadores reunido en torno a Samuel N. Eisenstadt, cuyos títulos hacen referencia a “clientelismo, patronazgo y desarrollo”, “continuidades en situaciones de cambio y desarrollo”, “sobrevivencia del patronazgo en sociedades desarrolladas” y “clientelismo premoderno, moderno y posmoderno”.
- 12 La crítica de Moreno respecto al uso abusivo y generalización del término es muy pertinente. Cuanto más se extienda su uso, menos útil será, por lo que sería deseable crear nuevos términos para esas otras relaciones.
- 13 Este autor revisa los casos recientes de Italia, incluyendo el papel interpretado por la mafia al extremo sur del país (Sicilia y Calabria), así como el de Grecia.
- 14 Esto pareciera muy similar a lo que ocurre en la Costa Rica actual.
- 15 Mousnier fue un defensor de la caracterización de la “sociedad de órdenes” para la Edad Media europea y hasta el siglo XVII, en contraposición a la sociedad de clases. Su énfasis en la organicidad de esa sociedad para contradecir la interpretación marxista de la lucha de clases (por ejemplo en la polémica con Boris Porchnev), lo llevó a enfocarse en las relaciones de patronaje o clientelismo, en su perspectiva armonizadora y estructural funcionalista.
- 16 Al menos en Costa Rica, en el vocabulario corriente, se utiliza con frecuencia el término clientelismo para referirse a relaciones mutuamente beneficiosas entre particulares y políticos, extendiendo demasiado el concepto y trasladándolo a otros ámbitos de lo político: actos de corrupción, cabildeo (*lobby*), favorecimiento a grupos empresariales, cierto seguidismo partidario, etc.
- 17 Para el clientelismo caudillista decimonónico, en una perspectiva de formación de los estados latinoamericanos, ver Pfoh (2005).
- 18 Trotta toma los conceptos de “clientelismo grueso” y “clientelismo fino” de Gay (1997: 67-92).
- 19 Para el caso europeo y norteamericano se pudo consultar a Trotta y Auyero. Para el caso mexicano, y de otros países de la región, se revisaron una serie de revistas especializadas, enfocadas hacia la situación del clientelismo político reciente, tales como Durston (2005, 2007), Corrochano (2002), Díaz-Santana (2005), Audelo (2004), Rodríguez (2002), Schedler (2004), Meyer (2000) y Máiz (2003).
- 20 En la perspectiva de los estudios de Auyero, los conceptos de Pierre Bourdieu son clave: “campo”, “*illussio*”, “*habitus*”, “capital”, entre otros. Sobre estos conceptos de Bourdieu ver Téllez (2002). Trotta, tiende a ser más bien “giddensiano”, según sus propios planteamientos.
- 21 “Campo” es un concepto central en la obra de Bourdieu, siendo concebido como un espacio social estructurado y estructurante. El campo es un sistema jerarquizado de disposiciones (“*habitus*”) y posiciones en el cual ocurren relaciones durables de dominación entre los

distintos agentes que lo componen, en las que está en juego, mediante luchas y consensos, la distribución de formas específicas de capital social, económico, cultural y simbólico. Entender el clientelismo de esta manera parece muy fructífero.

- 22 Existe un artículo en prensa de ambos autores que es producto de la investigación (Badilla y Cerdas, 2013).
- 23 En la teoría de Bourdieu, “illussio” se entendería como “interés específico” en campos económicos, sociales, políticos o culturales, en los que cada agente tiene una intención u objetivo definido (Téllez, 2002: 67-68, 210).
- 24 De acuerdo con el estudio de caso realizado, parece que el cálculo es un elemento importante que no debe devaluarse, al lado de la experiencia vivida, para explicar el origen y reproducción del fenómeno clientelar. Desde la óptica de las “estrategias de sobrevivencia”, esto se puede entender mejor, aunque aquí no es posible desarrollarlo. Parece existir una racionalidad presente entre los actores de la relación clientelar, obviamente con la creencia asumida y aprendida de la experiencia vivida de que la misma funciona (Badilla y Cerdas, 2009, 2013). Gay (1997: 79) así lo afirma (citado por Corrochano, 2002: 133).
- 25 Existe una publicación nacional, tipo ensayo interpretativo, que aborda el fenómeno clientelar desde una perspectiva general latinoamericana, si bien enfocado hacia el análisis del estado de (Sobrado y Rojas, 2006).
- 26 Durante las elecciones de 1989-1990, para el caso de los asentamientos y barriadas en construcción en el distrito de Pavas, San José, Costa Rica, el Partido Unidad Social Cristiana (PUSC) resultó un competidor exitoso ante el Partido Liberación Nacional (PLN), arrebatándole el favor electoral de la clientela (Badilla y Cerdas, 2009: 46-49, 70-71, 85-87). Más recientemente, el PLN parece haber recuperado el clientelismo de la zona.
- 27 En el caso de *Mamita Yunai* se evidencia tanto el fraude como la compra de votos a indígenas talamanqueños a cambio de licor; en el caso de *Costa Rica, Suiza centroamericana*, lo que se retrata es el fenómeno del clientelismo de notables, con gamonales o políticos locales con poder coactivo sobre la peonada.
- 28 Hay un análisis pormenorizado de esta producción académica que abordó la cuestión clientelar de los movimientos pro-vivienda durante los años ochenta y noventa del siglo pasado (Badilla y Cerdas, 2009).

Bibliografía

- Acuña Chaverri, Iván A. “Elementos conceptuales del clientelismo político y sus repercusiones en la democracia.” *Reflexiones* 88.2 (2009): 27-36.
- Anderson Perry. *Transiciones de la Antigüedad al feudalismo*. México, DF: Siglo XXI Editores, 1979.
- Audelo, Jorge. “¿Qué es el clientelismo? Algunas claves para comprender la política en los países en vías de consolidación democrática.” *Estudios Sociales. Revista de Investigación Científica* 12.24 (julio-diciembre, 2004): 00-00
- Auyero, Javier. *La política de los pobres. Las prácticas clientelistas del peronismo*. Buenos Aires: Manantial, 2001.

- Badilla Gómez, Patricia E. y José M. Cerdas Albertazzi. "Movimientos pro-vivienda en San José: una clientela movilizada (1980-1990)." *Revista de Historia* 67 (enero-junio, 2013): 121-156.
- Badilla Gómez, Patricia E. y José M. Cerdas Albertazzi. *Clientelismo y movimiento pro-vivienda en San José (1980-1990)*. Informe final del proyecto, Escuela de Historia, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional, 2009.
- Bartra, Roger. *Caciquismo y poder político en el México rural*. México, DF: Siglo XXI, 1975.
- Bataillon, Pilles. *Génesis de las guerras intestinas en América Central: (1960-1983)*. México, DF: Fondo de Cultura Económico, 2008.
- Bethell, Leslie (editor). *Historia de América Latina*, Tomos 12(a) y 15(b). Barcelona: Editorial Crítica-Grijalbo, 1997.
- Bloch, Marc. et al. *La transición del esclavismo al feudalismo*. Madrid: Akal Editor, 1976.
- Burke, Peter. *Historia y teoría social*. México, DF: Instituto Mora, 1997.
- Buve, Raymond. "Caciquismo, un principio de ejercicio de poder durante varios siglos." *Relaciones*, 96.34 (2003): 17-39.
- Cascante Segura, Carlos H. "Clientelismo y sistema político. El caso del servicio exterior costarricense (1940-1990). Algunos apuntes preliminares." *Diálogos, Revista Electrónica de Historia* 10.1 (febrero-agosto, 2009) Recuperada el 05/12/2011 de <http://historia.fcs.ucr.ac.cr/articulos/2009/vol1/02carlosservicioexterior.pdf>
- Corrochano, David H. "El clientelismo posmoderno." *Perfiles Latinoamericanos* 20 (junio 2002): 131-155.
- Corzo Fernández, Susana. "El clientelismo político como intercambio." *Working Papers*, núm. 206; Institut de Ciències Polítiques i Socials, Barcelona, 2002. 66 págs.
- Díaz-Santana, Héctor. Ponencia: "Clientelismo político y manipulación del voto: presencia y transformación en el siglo XXI en América Latina." *Seminario Internacional: Reformas Electorales Pendientes: Fortalecimiento del Sistema Electoral*. Santo Domingo, República Dominicana, marzo, 2005.
- Durston, John. "El clientelismo político en el campo chileno (primera parte). La democracia cuestionada." *Ciencias Sociales Online*, 1.2 (marzo, 2005a): 1-30. Recuperado el 15/4/2007 de http://www.uvm.cl/csonline/2005_1/pdf/clientelismo.pdf
- _____. "El clientelismo político en el campo chileno (segunda parte): Cambios en las formas predominantes de clientelismo." *Ciencias Sociales Online* 2.2 (septiembre, 2005b): 1-22. Recuperado el 15/4/2007 de http://www.uvm.cl/csonline/2005_2/pdf/clientelismo2.pdf
- Echauri Martínez. Eustaquio. *Diccionario básico latino-español / español-latino*. Barcelona: Vox, 1982.
- Foster, George. "Peasant society and the image of limites good." *American Anthropologist*, 67 (1965): 293-315.
- _____. "The Dyadic Contract: A Model of Social Structure of a Mexican Peasant Village", *American Anthropologist* 63 (1961): 1173-1192.
- Friedrich, Paul. "A Mexican Cacicazgo." *Ethnology* 4.2 (1965): 190-209.
- Fox, Jonathan. "How does civil society thicken? The political construction of social capital in rural Mexico", *World Development* 24.6. (1996): 1089-1103.
- Garvía, Roberto. *Conceptos fundamentales de sociología*. Madrid: Alianza Editorial, 2001.

- Gay, Robert. "Entre el clientelismo y el universalismo, reflexiones sobre la política popular en el Brasil urbano." Javier Auyero (comp.). *¿Favores por votos? Estudios sobre clientelismo político contemporáneo*. Buenos Aires: Losada, 1997. Pp.67-92
- González Alcantud, José. *El clientelismo político. Perspectiva socioantropológica*. Barcelona: Anthropos Editorial, 1997.
- Gordin, Jorge P. "La sustentabilidad política del clientelismo: teoría y observaciones empíricas en América Latina." *Documentos CIDOB, Serie América Latina*, núm. 13, Fundación CIDOB, Barcelona, julio 2006. 30 págs.
- Hargis, Peggy G.. "For the Love of Place: Paternalism and Patronage in the Georgia Lowcountry, 1865-1898." *Journal of Southern History* 70.4 (2004): 825-865.
- Máiz, Ramón. "Jama, caleta y camello: la corrupción como mecanismo de autorrefuerzo del clientelismo político." *Revista Mexicana de Sociología* 1 (2003): 03-39.
- Marx, Karl. "El dieciocho brumario de Luis Bonaparte." Carlos Marx y Federico Engels, *Obras Escogidas en tres tomos*, Tomo I. Moscú: Editorial Progreso, 1976.
- Meyer, Lorenzo. "Los caciques: ayer, hoy ¿y mañana?" *Letras Libres* 24.2 (Diciembre, 2000): 36-40.
- Molina Alfaro, Eugenia. "Repercusiones político organizativas del acuerdo político firmado entre los frentes de vivienda y el estado durante la administración de Arias Sánchez." Tesis para optar por el grado de Magister Scientiae en Sociología, Universidad de Costa Rica, 1990.
- Moreno Luzón, Javier. "El clientelismo político: historia de un concepto multidisciplinar." *Revista de Estudios Políticos (Nueva Época)* 105 (1999): 73-95.
- O'Donnell, Guillermo. *Contrapuntos. Ensayos escogidos sobre autoritarismo y democratización*. Buenos Aires: Paidós, 1997.
- Pfoh, Emanuel. "La formación del estado nacional en América Latina y la cuestión del clientelismo político." *Revista de Historia de América* 136 (enero-diciembre, 2005): 129-148.
- Portelli, Hugues. *Gramsci y el bloque histórico*. México DF: Siglo XXI Editores, 1980.
- Rodríguez, Gabriela. "Clientelismo político y política sociales." *Revista Gaceta Laboral* 2 (2002): 153-165.
- Sánchez, Elena. *Conceptos fundamentales de historia*. Madrid: Alianza Editorial, 2001
- Schedler, Andreas. "'El voto es nuestro'. Cómo los ciudadanos mexicanos perciben el clientelismo electoral." *Revista Mexicana de Sociología* 1 (enero-marzo, 2004): 57-97.
- Sobrado, Miguel y Juan José Rojas. *América Latina: crisis de Estado clientelista y la construcción de repúblicas ciudadanas*. Heredia: EUNA, 2006.
- Téllez Iregui, Gustavo. *Pierre Bourdieu. Conceptos básicos y construcción socioeducativa*. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional, 2002.
- Trotta, Miguel. *Las metamorfosis del clientelismo político: contribución para el análisis institucional*. Buenos Aires: Espacio, 2003.
- Valverde, José M. María E. Trejos y Minor Mora S. *Integración o disolución socio-cultural. El nuevo rostro de la política social*. San José: Porvenir, 1993.
- Veiga Alonso, Xosé R. "Los marcos sociales del clientelismo político." *Historia Social* 34 (1999): 27-44.
- Vries, Pieter de. *La modernización del clientelismo en el Atlántico de Costa Rica*. Heredia: Editorial Universidad Nacional, 2001.

José Manuel Cerdas Albertazzi. Costarricense, es magister Scientiae en Historia, Universidad de Costa Rica (1994); Licenciado en Historia, Universidad de Costa Rica (1984); Catedrático de la Escuela de Historia de la Universidad Nacional (1998) y Coordinador de la Maestría en Historia Aplicada, Escuela de Historia de la Universidad Nacional (2011-2014). Se ha desempeñado como Director de dicha Escuela (1998-2003) y de la *Revista de Historia* de la Universidad Nacional. La producción investigativa y de publicaciones se ha enfocado hacia la historia social y política contemporánea de Costa Rica.

Contacto: jmcerdasa@gmail.com