

Patronage at Work. Public Jobs and Political Services in Argentina

Virginia Oliveros

Cambridge University Press. 2021. 280 páginas

María Esperanza Casullo

<https://doi.org/10.46468/rsaap.16.1.R1>

En su nuevo libro “Patronage at Work”, Virginia Oliveros se mete de frente con uno de los temas más paradójicos de la política latinoamericana: el clientelismo o, en este caso, una de sus variedades principales, el patronazgo. Son paradójicos porque el estudio de estas cuestiones suele sufrir del síndrome del “todos saben que”: como todos saben que el clientelismo es el principal problema de la política de América Latina, a su vez causa y consecuencia de la debilidad institucional de la región y la contracara de la débil institucionalización de sus partidos políticos, es posible analizarlo desde el más simple sentido común. Justamente porque es algo que “todos saben”, no abunda la producción orientada a producir evidencia empírica concreta de calidad sobre su incidencia, sus características precisas o sus efectos. Esto genera en lectoras y lectores un curioso efecto de irrealidad: leemos todo el tiempo sobre una variable causal cuyo poder omnímodo se afirma, pero cuyos mecanismos operativos concretos permanecen en la bruma.

Justamente esa bruma es la que “Patronage at Work” intenta despejar con precisión conceptual y con un admirable esfuerzo para producir evidencia empírica relevante, de calidad y confiable. Este texto resultará de lectura obligada por dos de sus principales fortalezas: por sus argumentos sustantivos y por el criterio metodológico.

Lo primero que hay que destacar sobre “Patronage at Work” es la originali-

dad del método de investigación. La investigación fue realizada en tres distritos de Argentina (Tigre, Salta y Santa Fe) entre los años 2010 y 2011. En ese período, Tigre estaba gobernado por un partido vecinalista, encabezado por Sergio Massa, cercano al peronismo, pero en ese momento no orgánico; Santa Fe, por la Unión Cívica Radical; y Salta, por un peronista.

En su investigación, Oliveros combinó técnicas cualitativas y cuantitativas. Realizó entrevistas en profundidad a empleadas y empleados de municipios, a los cuales además conoció y acompañó en actividades de trabajo y militancia. Además, realizó una encuesta amplia, que combinó preguntas directas con preguntas indirectas con el objetivo de lograr sortear posibles efectos de duda o reticencia a discutir el patronazgo.

La complejidad de la metodología y del análisis de los datos está puesto al servicio de un esquema conceptual cuya mayor fortaleza es que mantiene los conceptos y las hipótesis claves simples y concisos. Clientelismo se define como “el intercambio personalizado y discrecional de bienes o favores por apoyo político” (p. 5, traducción propia). El patronazgo se define como “...un subtipo del clientelismo, en el que el bien intercambiado es un empleo público” (p. 5, traducción propia). Esto no quiere decir que el marco teórico o conceptual no sea exhaustivo. Por el contrario, la revisión de la literatura sobre clientelismo y patronazgo es comprensiva e incluye

desde una discusión de los autores clásicos sobre estado y burocracia, comenzando por Weber, hasta la producción más reciente no sólo de las Américas, sino de Europa, Asia y África. El esfuerzo en mantener los conceptos y su operacionalización en un nivel de simpleza es el resultado de una clara decisión de la autora y una de las cuestiones que más se agradecen de la obra. Las investigaciones sobre clientelismo y patronazgo y su impacto en la calidad de la democracia adolecen de dos problemas que se relacionan entre sí: *fuzziness* e indeterminación en la definición de los conceptos (y su operacionalización), y moralismo en análisis. El esfuerzo de Oliveros está puesto menos en determinar qué es lo malo del patronazgo que en precisar qué podemos decir sobre su funcionamiento con un nivel adecuado de certeza. Así, el uso de definiciones minimalistas ayuda a la autora a evitar tanto la indeterminación y el estiramiento conceptual como el moralismo.

Esto le permite llegar a una serie de hallazgos. El primero es que el patronazgo existe y que es una práctica extendida en todo el arco de las fuerzas políticas. En los períodos analizados, Tigre, Salta y Santa Fe estaban gobernados por fuerzas de distinto signo, sin embargo, el funcionamiento de sus jefes políticos no era tan diferente. El uso del patronazgo es una práctica transversal a los partidos políticos y su uso parece estar asociado al hecho de ser oficialismo y no a una determinada pertenencia partidaria.

El segundo es que efectivamente las personas contratadas como consecuencia del patronazgo tienen mayor probabilidad de realizar tareas políticas en apoyo de la carrera de su jefe político, como asistir a marchas, operar locales o unidades básicas y fiscalizar elecciones. Este último punto es especialmente notorio.

El tercer hallazgo consiste en que este proceso no se trata de un simple *quid pro quo*, una compra de votos que tenga “devolución” o rédito automático en términos de victorias electorales aseguradas. Tampoco se trata de un sistema que esté basado en la vigilancia y la amenaza de coerción permanentes. Este es el principal argumento de la autora: en contra de lo que asume buena parte de la literatura, los jefes políticos no necesitan vigilar constantemente a sus empleados para asegurar su lealtad. Según Oliveros, se trata de un sistema “*self-enforced*”, o auto-disciplinado: los seguidores entienden que el éxito de su jefe político ofrece mayores oportunidades para su propio éxito y están dispuestos a trabajar para eso.

A esta percepción de “derrame” del éxito político se le suma, aunque tratada con menos centralidad, la pertenencia común a un proyecto ideológico. Para al menos algunos de los entrevistados, aceptar un empleo público y militar en función de la carrera política del referente se trata también de “llevar adelante un proyecto común de país”. Este punto merecería una investigación exclusiva, ya que se dirige hacia un ángulo poco tratado en la literatura sobre clientelismo, que a menudo actúa como si la ideología no existiera en la política. Oliveros encuentra que el patronazgo no es utilizado solo para “poner” en un trabajo a personas desinteresadas en lo político que funcionarían como autómatas cautivos, sino que —al menos en algunos casos— el pasar a trabajar en el Estado es visto como una manera de poder dedicarse a la política, o como una tarea complementaria a la militancia. De hecho, un par de personas entrevistadas refieren haber renunciado a trabajos en el sector privado para poder “dedicarse a la política”.

Es posible que aquí esté el nudo problemático para comprender la relación

entre política, administración pública y patronazgo ¿Es más difícil “hacer” política desde el sector privado de la economía que desde adentro de la administración pública? ¿Es necesariamente el mundo del Estado el mundo de la política? ¿Es posible construir un modelo de administración pública despolitizado en un contexto en el que la idea de Estado en sí misma es objeto de disputa ideológica? ¿Como puede separarse burocracia de militancia si el estar “en” el Estado es visto como la única vía posible de entrada a la política *full time*? Estas preguntas, y muchas otras, deberían abrir el camino a una segunda o tercera generación de es-

tudios sobre clientelismo y patronazgo. Sin duda “Patronage at Work” señala la dirección.

En conclusión, Virginia Oliveros se suma así a un grupo de investigadores que en los últimos años han hecho avanzar la frontera del conocimiento sobre temas relacionados con el funcionamiento del costado informal de la política. Tal vez valga la pena resaltar (ya que se trata de la revista de la SAAP) que la ciencia política argentina está a la vanguardia de estos temas. Y que, por cierto, en estas cuestiones reside gran parte de la clave del éxito o fracaso del proyecto de afianzar la calidad de la democracia.