

Argentina: fraude y clientelismo político en el jardín de la República



Julio Aguirre Rubén M. Lo Vuolo 17/10/2015

El 23 de Agosto pasado, en la provincia argentina de Tucumán (conocida por su vasta vegetación como “El jardín de la república”) se llevaron adelante elecciones provinciales a Gobernador y legisladores. El comicio electoral estuvo atravesado de múltiples irregularidades entre las que se destacaron tres: durante confusos acontecimientos se quemaron más 40 urnas, desaparecieron los videos de seguridad del depósito en el que se custodiaron las urnas antes del recuento definitivo y durante los días anteriores se observó a empleados del gobierno provincial repartir diversas prebendas entre el electorado.

La oposición política al gobernador José Alperovich, y al candidato a sucederlo Juan Luis Manzur (1), pidió la anulación de los comicios en base a dos argumentos: (i) la evidencia de fraude electoral y (ii) la evidencia de expresiones masivas de “clientelismo político”. En este contexto, la Sala I de la Cámara Contencioso Administrativa de la Provincia de Tucumán declaró nula la elección y ordenó la convocatoria a nuevas elecciones. El Gobierno provincial apeló esta sentencia y la Suprema Corte de Justicia de la provincia revocó el fallo de la Cámara, validando así el resultado de las elecciones y consagrando como nuevo gobernador al candidato oficialista Juan Luis Manzur.

Entre otras cosas, esta decisión llevó a un profundo debate respecto a qué constituye fraude electoral, cuándo este fraude es lo suficientemente significativo para anular un comicio y cuál es el

límite de la intervención judicial sobre el proceso y los resultados de una elección a cargos ejecutivos. Al mismo tiempo, y si bien la cuestión del clientelismo político ocupó un lugar menor en el debate, los hechos ocurridos en Tucumán sirvieron para colocar otra vez un tema que hace tiempo viene siendo característica sobresaliente de las prácticas políticas en el país. De hecho, el llamado clientelismo político ya es un tema reiterado en la literatura y la investigación política y social de las formas que está adoptando la democracia en América Latina.

Con el término clientelismo político usualmente se hace referencia a un tipo de relación en la que personas con marcadas diferencias de estatus político, económico y social, se “asocian” mediante intercambios de bienes y servicios políticamente valiosos. En esta asociación con marcadas jerarquías, a cambio de beneficios selectivos (empleo público, acceso a programas asistenciales, dinero en efectivo, etc.) se entrega apoyo político (votos, participación en actos partidarios o manifestaciones, etc.).

En la actualidad argentina, las relaciones clientelares generalmente se articulan mediante vínculos entre tres actores: patrones, mediadores y clientes. Los “patrones” son profesionales de la política con acceso a recursos públicos; los “mediadores” (o punteros) son intermediarios entre los patrones y grupos de la ciudadanía frente a los que muestran cierta legitimidad de organización y representación; y los “clientes” son estos grupos que, en general, se ubican en posiciones de subordinación y vulnerabilidad social. Esta posición subordinada se debe a su frágil inserción en el mercado laboral, sus escasos recursos económicos, sus precarias condiciones de vivienda y, asociado a todo ello, su menor participación en modos autónomos de organización política.

Estos tres grupos de actores se relacionan mediante amplias “redes clientelares” que se activan tanto para administrar el apoyo político de los “clientes” como para hostigar a adversarios de los “patrones”. En general las redes clientelares se sostienen con recursos públicos a los que tienen acceso discrecional los patrones; por ello la persistencia de las redes clientelares depende del diseño deliberado de mecanismos para la apropiación de recursos en los presupuestos públicos, en la contratación de empleo público y en el acceso a beneficios asistenciales.

La consolidación de redes clientelares genera varios problemas al funcionamiento democrático. En primer lugar, desafía sus valores fundacionales porque utiliza las necesidades imperiosas de la población como mecanismo extorsivo (explícito o implícito); ejemplo de esto es la amenaza recurrente de: “si no ganamos pierdes el plan”. Segundo, inhibe el funcionamiento de otras formas de relaciones políticas sustentadas en el ejercicio autónomo de las preferencias y con ello favorece la perduración de poderes hegemónicos vinculados a prácticas de patronazgo territorial; ejemplo de ello son las recurrentes disputas entre redes clientelares y organizaciones sociales que buscan organizar de forma más autónoma y reivindicativa de derechos a la población vulnerable. Tercero, genera una estructura de incentivos discriminatorio y clasista para el diseño de las políticas públicas en tanto no es la ciudadanía la que reclama derechos al Estado, sino que son los patrones y los mediadores los que negocian el uso de recursos públicos de modo discrecional con grupos selectivos de la población.

Claramente, las redes clientelares se han convertido en un rasgo distintivo de la calidad democrática en muchos países. Esta cuestión es independiente del interrogante acerca de cómo ponderar judicialmente su impacto eleccionario y en qué medida el mismo representa un elemento de fraude directo del ejercicio libre y autónomo de la voluntad popular. En cualquier caso, hay una correlación llamativa entre las denuncias de fraude electoral y la presencia de amplias redes clientelares que advierte acerca de la afinidad entre ambas prácticas.

Lo cierto es que el clientelismo político implica la reproducción de sistemas de relaciones basados en pétreas jerarquías sociales. Allí donde las relaciones clientelares se han consolidado como “estrategia para la resolución de problemas”, se perpetúan las diferencias sociales, legitimando la idea de que el acceso a servicios del Estado es un “favor” que debe ser pagado individualmente. De este modo, el acceso al bienestar es una relación *quid pro quo* entre privados, y no un derecho público universalmente garantizado a la ciudadanía.

Los estudios realizados sobre las redes clientelares indican que las mismas se consolidan y trascienden los actos electorales, por lo cual para desactivarlas no sirven medidas legales ni retórica moralista que no resuelven el problema central: la falta de recursos económicos y organizacionales de los clientes. Lo que se necesita es dotar a la ciudadanía de mayores recursos de poder que garanticen condiciones materiales para el ejercicio de las libertades políticas. Las redes clientelares florecen alimentadas por políticas de asistencia personalizada y selectiva que bajo la excusa de la “selección” de los más desfavorecidos y la “condicionalidad” de acceso a beneficios, lo que hacen es construir mecanismos de dependencia y sumisión.

Lo que se necesita para fortalecer una democracia más igualitaria y participativa son políticas universales e incondicionales para el acceso a ingresos y servicios sociales. Por ejemplo la propuesta de pago de una Renta Básica universal e incondicional aparece como una herramienta potente en la lucha por garantizar condiciones materiales para el ejercicio de la libertad en tanto anularía uno de los mecanismos más recurrentes en la extorsión clientelista: la amenaza de perder los ingresos conseguidos mediante políticas de transferencias desde el Estado.

Estas y otras políticas organizadas con los mismos principios son necesarias para promover la participación ciudadana en el control del poder político como forma eficiente de organizar sistemas democráticos que resistan las prácticas clientelares de cooptación de los grupos más subordinados por parte de corporaciones políticas y poderes hegemónicos. Y seguramente esto también serviría para poner barreras al fraude directo que carcome la legitimidad de los actos eleccionarios como los realizados recientemente en la Provincia de Tucumán.

Notas:

(1) Ex ministro de salud del gobierno de Cristina Fernández de Kirchner (2009-2015) y accionista del grupo Mattar-Manzur vinculado a las empresas más grandes del sector olivícola del país.

Julio Aguirre

Becario doctoral CONICET/CIEPP y Profesor UNCuyo, Argentina.

Rubén M. Lo Vuolo

Director Académico Centro Interdisciplinario para el Estudio de Políticas Públicas (Ciepp)
, Argentina.

Fuente: www.sinpermiso.info, 18 de octubre 2015

URL de origen (Obtenido en 17/05/2016 - 04:21):

<http://www.sinpermiso.info/textos/argentina-fraude-y-clientelismo-politico-en-el-jardin-de-la-republica>