

# Clientelismo político y participación local

## El rol de los dirigentes sociales en la articulación entre autoridades y ciudadanos en Santiago de Chile

Evelyn Arriagada

Universidad Diego Portales, Santiago, Chile. Escuela de Sociología

Email: evelyn.arriagada@udp.cl

**Resumen:** <sup>1</sup> El propósito central del presente artículo es analizar cómo se construyen y mantienen los vínculos políticos entre autoridades locales (alcalde y concejales) y bases sociales en la comuna de Santiago. La investigación se basa en entrevistas cualitativas y observación participante, realizadas entre los años 2008 y 2009. Luego de caracterizar las vinculaciones informales entre el gobierno local, los partidos políticos y las organizaciones de base, los resultados evidencian que los dirigentes de organizaciones sociales han alcanzado un mayor protagonismo en la intermediación clientelar, relegando a un segundo plano a los partidos políticos. Para comprender la manera en que los dirigentes ejercen su rol de intermediación, se describe cómo construyen su imagen de gestores eficientes y se examina cómo esta imagen entra en conflicto con la personalización de las gestiones y con las expectativas de retribución simbólica asociadas a su labor.

**Palabras clave:** clientelismo, vínculos políticos informales, organizaciones sociales, dirigentes comunitarios

## Political clientelism and local participation. The role of social community leaders in the connection between authorities and citizens in Santiago, Chile

**Abstract:** This paper analyzes how the political relationships between local authorities (mayor and councilors) and social basis in the municipality of Santiago are established and maintained. The research is based on qualitative interviews and participant observation conducted in the years 2008 and 2009. After characterizing the informal links between local government, political parties and social organizations, the findings show that in contrast to agents of political parties, community leaders have increased their importance in client intermediation. The analysis exposes how the image of social community leaders as efficient managers is constructed through personalization of their performance and how that discourse is challenged when they try to achieve a symbolic compensation to their work.

**Key words:** clientelism, informal political relationships, social organizations, community leaders.

## **Clientelismo político e participação local. O papel dos líderes comunitários na articulação entre as autoridades e os cidadãos, em Santiago do Chile**

**Resumo:** O objetivo central deste artigo é analisar como construir e manter relações políticas entre as autoridades locais (prefeito e Conselho) e as bases sociais do município de Santiago. A pesquisa é baseada em entrevistas qualitativas e observação participante, realizada entre 2008 e 2009. Depois de caracterizar ligações informais entre o governo local, os partidos políticos e as organizações de base, os resultados mostram que os líderes de organizações sociais chegaram a um papel mais importante na intermediação de patrocínio, relegando para segundo plano à os partidos políticos. Para entender como os líderes exercem seu papel de intermediário, descreve-se como construir a sua imagem de «gerentes eficazes» e examina como este entre em conflito com os esforços de personalização e com as expectativas associadas para retribuição simbólica à seu trabalho.

**Palavras-chave:** clientelismo, ligações políticas informais, organizações sociais, líderes da comunidade.

\* \* \*

### **¿Por qué estudiar las relaciones clientelares en la comuna de Santiago?**

En términos generales, el clientelismo puede ser entendido como una manifestación del capital social (Durston 2005), esto es, como un intercambio permanente de bienes (materiales y simbólicos), a partir del cual se obtienen beneficios que fundamentan la solidaridad de la relación (Bourdieu 2000). A diferencia de otras formas de capital social, el clientelismo se basa en una relación jerárquica y vertical, marcada por la presencia de transacciones asimétricas (Rehren 2000): quien controla mayores recursos distribuye bienes y otorga servicios a sujetos con menos recursos y status, a cambio de lealtad y apoyo político. Se trata, a su vez, de una relación paradójica, puesto que implica reciprocidad y voluntarismo, pero también involucra explotación y dominación (Stokes 2007). Cuando se trata de especificar el carácter de dicho intercambio la literatura ha mostrado varias visiones. La visión más tradicional sobre este fenómeno, caracterizada como una relación de sujeción casi absoluta de un cliente a un patrón, ha sido cuestionada a la luz de las transformaciones ocurridas en los últimos años en América Latina. En su lugar muchos autores plantean que las personas deciden participar en un vínculo clientelar, motivados por el interés de satisfacción de sus necesidades. Desde esta perspectiva, el clientelismo sería una relación de intercambio voluntaria entre actores que buscan obtener ventajas de la relación, por tanto estaría marcada por una lógica económica, donde se transan bienes o servicios inmediatos por apoyo político o votos<sup>2</sup>.

Sin embargo, Javier Auyero (2001) uno de los principales estudiosos del fenómeno en los últimos años en la región crítica el supuesto que se

encuentra detrás de la noción de clientelismo como un simple intercambio de favores por votos. Sus planteamientos se acercan a una interpretación del clientelismo bajo la lógica del don (Mauss) o de los intercambios de bienes simbólicos (Bourdieu), buscando enfatizar el entramado de redes de relaciones y representaciones culturales construidas diariamente entre políticos y clientes (Ibid: 39). Siguiendo esta visión, nos centraremos en las formas simbólicas de intercambio, donde el análisis del funcionamiento de las normas de reciprocidad será un elemento central.

Otro elemento subrayado por Auyero es que, si bien las relaciones clientelistas se basan en un vínculo diádico, su encadenamiento sucesivo genera verdaderas estructuras o redes clientelares, a través de las cuales se vinculan redes informales de ayuda recíproca con redes políticas. Dichas redes pueden operar de forma paralela o bien pueden enquistarse en las estructuras formales de mediación política. El clientelismo se opone así a la relación burocrática impersonal que debiera caracterizar el vínculo entre ciudadanos y el aparato estatal. Dado el carácter organizado de la vinculación, en toda estructura clientelar existen roles delimitados, a partir de los cuales se puede distinguir tres tipos de agentes: a) patrones, b) mediadores y c) clientes. Debido a su cercanía con las bases sociales, los intermediarios encauzan los bienes y servicios que los líderes políticos buscan distribuir a sus clientes (recursos económicos, favores, protección). Asimismo, canalizan la lealtad y el apoyo político de estos hacia aquellos, como retribución a los favores prestados (trabajar en campañas, asistir a actos, votación en las elecciones).

En Chile, al igual que en el resto de la región, el clientelismo se inserta tempranamente como una manera de asegurar la articulación entre los sectores populares y la oligarquía, a través de la clase media (Barozet 2004). Por tanto se convierte paulatinamente en una herramienta fundamental para movilizar recursos del centro a la periferia, a medida que se va consolidando el sistema político (Valenzuela 1977). Como plantea Valenzuela, desde fines de los años sesenta, el funcionamiento de las relaciones clientelares se basa en el predominio de intermediarios o *brokers* políticos<sup>3</sup> en competencia, más que en un vínculo tradicional patrón/cliente (Ibid.). Estudios recientes han relevado el rol de los mediadores políticos y las redes clientelares en la vida local (Barozet 2004 y 2005, Durston 2005, Espinoza 2006), aunque no han analizado en detalle el papel de las organizaciones sociales de base, y sus dirigentes, en esta intermediación.

Dada la importancia de los *brokers* en el complejo entramado de fenómenos que involucra el clientelismo, la presente investigación aborda la manera en que se construyen y mantienen los vínculos clientelares entre autoridades comunales y bases sociales en la comuna de Santiago, poniendo el acento en el rol de los agentes intermediarios.

Se seleccionó la comuna de Santiago por su carácter de capital nacional, lo que genera una alta competencia por los escaños disponibles y una gran circulación de recursos durante las campañas. Esta competencia

también ha derivado en una rotación de alcaldes y concejales. Además posee una extensa tradición organizativa de los sectores populares, aunque la recuperación del tejido social roto durante la dictadura ha sido un proceso lento y condicionado por el carácter de la autoridad municipal en ejercicio.

## ¿Cómo estudiar las relaciones clientelares en la comuna de Santiago?

En términos metodológicos existe la tensión entre abordar el clientelismo como compra del voto o bien entenderlo como un tipo de vinculación con reglas diferentes a la transacción económica. El primer significado parece no sólo ser dominante tanto a nivel académico sino también en la opinión pública, incluyendo a los propios actores locales. Según esta idea la relación entre políticos, dirigentes sociales y bases estaría mediada por el interés de todos en obtener beneficios propios. En una de las entrevistas realizadas, por ejemplo, un dirigente planteaba que sus pares eran auténticos mendigos del municipio. Por otra parte, era común que los/as dirigentes señalaran que todos los candidatos llegaban con tortas y regalos a sus reuniones. Al mismo tiempo, ellos/as señalaban que los políticos sólo aparecen cuando hay campaña, a buscar el voto. Si se sigue esta lógica, la pregunta que surgiría entonces es: si los momentos de campaña electoral son aprovechados por la mayoría de los actores para entregar o solicitar recursos, ¿qué es lo que hace que la balanza hacia unos u otros candidatos? ¿Es la cantidad o el valor económico de los recursos? Pero más allá de comprobar si el reparto de recursos influye en el apoyo político otorgado hacia determinados candidatos, me interesa comprender de mejor forma cómo funciona el clientelismo político. Particularmente, se trata de dar cuenta de las relaciones cotidianas que llevan a las personas a vivir la política de forma mucho más frecuente de lo que ellos mismos incluso pueden creer, y de los aspectos simbólicos involucrados en la construcción y mantención de tales relaciones.

De acuerdo a lo anterior, la investigación que aquí se presenta posee un carácter cualitativo, con un enfoque etnográfico y está basada en 44 entrevistas<sup>4</sup> y un conjunto de observaciones participantes, realizadas entre los años 2008 y 2009. Se entrevistó principalmente a actores tales como concejales, funcionarios municipales claves del municipio, dirigentes de partidos políticos y dirigentes de organizaciones de base de la comuna de Santiago. Remitiéndose a la estructura de los vínculos clientelares, el énfasis de la investigación estuvo puesto en los últimos tres actores, por su calidad de intermediarios (*brokers*) políticos. Los informantes se seleccionaron a partir de un muestreo en cadena o bola de nieve. Para resguardar la confidencialidad de la información, se reemplazaron los nombres reales de los informantes, incluyendo el de las autoridades políticas, y se les individualizó a partir de categorías genéricas (Concejal Alianza, Presidente Junta de Vecinos, etc.). El trabajo de campo se organizó en dos etapas. En una primera etapa, el énfasis estuvo puesto en la participación en activi-

dades de campaña, tales como reuniones con organizaciones, asistencia a actos, observación en ferias y puerta a puerta. La segunda etapa, en tanto, se focalizó en la realización de entrevistas a informantes claves, según las categorías antes señaladas. Tanto las entrevistas como las observaciones fueron transcritas a formato digital, para ser analizadas a través de la técnica de análisis de contenido temático (Vásquez 1996). De acuerdo a nuestra conceptualización, las principales categorías predefinidas para este análisis fueron:

- a) Identificación de actores, que proveen recursos a los mediadores y que reciben recursos de parte de estos.
- b) El tipo de bienes o servicios que se reciben/entregan.
- c) El grado de personalización de la relación (Barozet, 2005), o el nivel de cercanía entre quien entrega y quien recibe los bienes.
- d) El conjunto de valoraciones y significaciones otorgadas al intercambio, tales como el nivel de afectividad involucrado en la relación y las percepciones sobre el grado de obligatoriedad de la retribución.

También se utilizaron categorías complementarias de análisis tales como la trayectoria como dirigentes sociales y políticos, la afinidad con partidos/coaliciones/autoridades políticas, el acceso a recursos municipales, además del capital social y político de los actores. Los principales resultados de ese análisis se exponen a continuación.

## **La estructura de las redes clientelares en Santiago**

Examinando el funcionamiento local de los partidos, es posible encontrar en Santiago unidades partidarias comunales que poseen un carácter formalizado, en tanto cuentan con sedes y realizan elecciones de sus directivas de acuerdo a sus estatutos. Sin embargo, estas unidades comunales cobijan una escasa participación de los militantes, generan pocas actividades durante el año y, tienen una penetración muy baja en las bases sociales. Por tanto, los partidos no pueden articular por sí solos a los distintos niveles de intermediación que existen entre autoridades y ciudadanos. Este escenario es radicalmente distinto al descrito por Valenzuela (1977). Bajo estas condiciones, entonces, los militantes más activos se ven obligados a generar y mantener vínculos informales (fuera de la estructura del partido) con otros intermediarios. Así, la posibilidad de que las estructuras partidarias comunales sean más o menos activas en el territorio está condicionada por la eficiencia en la construcción y reproducción de tales redes informales.

Si bien la estructura burocrática municipal de la comuna funciona de manera relativamente eficiente y transparente, esto no implica que el trato entre funcionarios y otros agentes locales sólo responda a lógicas racionalizadas y universalistas. Estas formas de vinculación conviven con relaciones informales y personalizadas de mediación que son instrumentalizadas políticamente. Estas relaciones se construyen a través

del tiempo, a partir del trabajo conjunto en la solución de determinados problemas y dónde las cercanías políticas juegan un rol fundamental.

El nivel de cercanía en la relación con ciertos funcionarios claves también puede ser vital para los dirigentes sociales, dado que muchas de las gestiones que ellos realizan para solucionar problemas de los vecinos pasan por las oficinas municipales. De esta manera, los lazos van desde la camaradería y el reconocimiento que puede incluir un cierto grado de estima por los años de conocimiento y de trabajo conjunto hasta la instrumentalización política de las relaciones. En el primer caso, las relaciones traspasan la frialdad burocrática, al involucrar conversaciones cotidianas o demostraciones de respeto y afecto entre personas que se conocen y se reconocen como actores claves en la vida local. En el segundo caso, en tanto, las relaciones existentes se basan en el intercambio recíproco de favores y apoyo político, haciendo que los funcionarios incidan en el otorgamiento de mayores beneficios hacia aquellos dirigentes que les son afines políticamente y que, por tanto, pertenecen a una misma red clientelar. En este nivel, los favoritismos se pueden traducir en tráfico de influencias<sup>5</sup> en la asignación de beneficios, como en los recursos para realizar ciertas actividades o en la asignación de fondos concursables. Al respecto, las acusaciones son cruzadas: los dirigentes de la Concertación acusan a los funcionarios de la Alianza de poner cortapisas a sus proyectos y viceversa.

Además de los funcionarios que trabajan en departamentos claves del municipio, existen otros empleados municipales que desempeñan un rol político más evidente y que son fundamentales en la continuidad de los vínculos que sustentan las redes clientelares, en la comuna de Santiago. Se trata de los/as secretarios y los/as asistentes de concejales<sup>6</sup>, figuras que, en algunos casos, trascienden a la gestión de un concejal en particular, siendo los nexos fundamentales en la vinculación de las bases sociales con las autoridades. Su nivel de conocimiento de la realidad comunal y las relaciones que han tejido con los agentes locales son claves en momentos de campaña política especialmente en la presentación de candidatos nuevos direccionando hacia ellos el cumplimiento de la reciprocidad de los favores entregados históricamente a través del voto.

Una vez que los candidatos se transforman en autoridades, la función de estos nodos consiste en introducir [a los concejales] al municipio y ayudarlos en su relación con las organizaciones sociales: acercarlos a las organizaciones, potenciar su nombre dentro de las organizaciones, generarles un diseño de cómo llegar a las organizaciones, eso<sup>7</sup>. De esta manera, son actores centrales en la renovación de las relaciones de intercambio simbólico, pues son los que garantizan la existencia previa de vinculaciones y la confiabilidad en la reproducción futura de éstas.

A pesar del nivel de rotación que presentan en la comuna de Santiago, los concejales también son intermediarios políticos importantes a nivel local, en tanto agentes de un partido político que buscan capitalizar su labor hacia su organización o hacia la coalición a la que pertenecen. Este rol

como agente de un partido político, y la articulación con los otros intermediarios de su orgánica política que operan en la comuna, se hacen más visibles en momentos de campaña electoral. En tanto intermediarios políticos locales, los concejales no sólo se encargan de los asuntos propios de su labor como autoridades<sup>8</sup>, sino que también realizan transacciones particulares para solucionar problemáticas específicas de sus clientes. Al igual que en el caso de los dirigentes de partido, ellos pueden recurrir tanto a la estructura municipal como a agentes externos que les provean los recursos necesarios para satisfacer las demandas.

La mayoría de las solicitudes que reciben los concejales y sus asistentes dicen relación con la realización de trámites dentro del municipio o en otras agencias estatales. En estos casos los concejales y sus equipos asesores orientan a las personas sobre los pasos que deben seguir e interceden por ellos ante otras reparticiones, de forma telefónica o presencial. En otras ocasiones, los concejales no sólo hacen gestiones o presionan a la burocracia municipal o estatal, sino que dentro de sus funciones informales, reparten recursos materiales para solucionar necesidades puntuales. En estos casos, al igual que los intermediarios de partidos políticos, ellos no son los proveedores de recursos, sino que son sólo los canalizadores. Así, aunque los concejales de la comuna de Santiago invierten parte importante de su tiempo en desempeñar su rol legal, también funcionan como agentes intermediarios que buscan satisfacer demandas a través de transacciones personalizadas. Por tanto, son parte fundamental en la articulación de las redes clientelares en la comuna. Cabe señalar que, sin embargo, no todos los ciudadanos recurren directamente a ellos, sino que suelen pasar antes por otras instancias de intermediación, mucho más cercanas y arraigadas en la comunidad como son las organizaciones sociales de base. Esto es especialmente cierto en Santiago, donde, como ya hemos señalado, el nivel de recambio de las autoridades locales es bastante alto.

### **Los nuevos actores de la mediación política: organizaciones y dirigentes sociales**

En los años 90, el nivel de penetración de los partidos en la dirigencia social era bastante alto. Durante el proceso de democratización de las organizaciones sociales y la promoción a la asociatividad impulsados por Jaime Ravinet, muchos militantes recibieron el mandato de presentarse a elecciones de las directivas de organizaciones tales como las juntas de vecinos<sup>9</sup>. Al amparo de la gestión alcaldicia, durante los 90, la DC era uno de los partidos con mayor cantidad de dirigentes sociales en la base. Si bien, algunos ejercían el trabajo político de forma soterrada, otros no tenían problemas en hacer un uso abiertamente proselitista de sus cargos, operando como auténticos punteros políticos (Auyero 2001). Los punteros políticos son intermediarios que forman parte de un partido político y que desempeñan su labor con una pretensión política explícita (Durston, 2005). Un caso ilustrativo ocurría en la Unión Comunal de Adulto Mayor que, en la prácti-

ca, funcionaba en la oficina de un parlamentario DC a cargo de una dirigente de ese partido<sup>10</sup>.

Con los sucesivos triunfos de la Alianza, el partido demócratacristiano experimentó una baja importante de su representación en las juntas de vecinos, por el mismo hecho que los militantes no están cercanos a la gente y los dirigentes tampoco<sup>11</sup>, al tiempo que fue creciendo la inserción territorial de la coalición de derecha, particularmente de la UDI. Este partido logró atraer a sus filas a algunos dirigentes sociales<sup>12</sup>, pudo captar simpatías de otros que eran independientes y levantar liderazgos nuevos entre personas más proclives a sus ideas<sup>13</sup>. Este último proceso se generó a través del impulso a los comités de seguridad y prevención (Barozet 2005).

A pesar de la penetración territorial de la UDI, la visión generalizada de nuestros entrevistados indica que, en la actualidad, los partidos políticos tienen escasa presencia en la vida comunitaria local y son otras instancias de intermediación las que han ido adquiriendo mayor protagonismo en la articulación entre autoridades y bases sociales. Como plantean los hallazgos de Barozet (2005), en la comuna de Santiago son las organizaciones sociales de base las que de alguna manera reemplazan el rol de los partidos en la mediación política destinada a solucionar problemas de los ciudadanos, principalmente de los sectores más vulnerables de la población. Las organizaciones sociales, además de conformar espacios de sociabilidad propia, entran en contacto con distintas instituciones, en particular para obtener beneficios que luego reparten a sus miembros (Barozet 2007: 372). Como señala la autora, algunas organizaciones sociales de base (juntas de vecinos y los comités de seguridad, principalmente), cumplieron roles protagónicos en la intermediación laboral durante la gestión de Joaquín Lavín. Por otra parte, las juntas de vecinos son vehículos de acceso a una variedad de recursos provistos por el municipio, tales como útiles escolares, regalos de navidad, cajas de mercadería, descuento en piscinas, entradas al parque de entretenimientos de la comuna, prestaciones funerarias, etc. Otras organizaciones, además de aquellas, pueden optar a otros beneficios municipales tales como arriendo de buses y el financiamiento obtenido a través de los fondos concursables.

La creciente importancia del rol mediador de las organizaciones sociales, sumado al escaso recambio de las directivas, ha transformado a los dirigentes de base en nodos centrales en la articulación entre municipio y ciudadanía. Al respecto, Barozet señala que los intermediarios de Santiago son los dirigentes de las organizaciones locales, quienes trabajan en coordinación con los funcionarios municipales (Barozet 2005: 385). Dada su amplia trayectoria de trabajo comunitario, ellos suelen personalizar la entrega de recursos que pasan por las organizaciones que dirigen.

Además de las prestaciones mencionadas, que son de igual acceso para todas las organizaciones, parte importante del rol intermediario de los dirigentes pasa por la realización de gestiones individuales en el municipio tendientes a solucionar problemas particulares de los vecinos de su territorio. Esta labor

no está contemplada dentro de sus atribuciones legales<sup>14</sup>, por tanto su ejecución no se realiza a través de los canales establecidos, sino más bien recurriendo a la relación directa que mantienen con algunos agentes municipales, como son las autoridades (alcalde y concejales) o con funcionarios. Algunos dirigentes sociales, a menudo los que son políticamente proclives a la gestión de turno, tienen una relación directa con el alcalde, lo que les permite gestionar asuntos sin intermediación de otros agentes. Una dirigente social militante de un partido de la Alianza, señala al respecto: () cuando tengo un problema más serio voy directo al alcalde, lo mejor es ir a la cabeza, si no te empiezan a tramitar, tú sabes que la burocracia es la reina de las oficinas públicas<sup>15</sup>.

Debido a que el alcalde muchas veces es un personaje poco asequible para muchos dirigentes, las oficinas de concejales se transforman en importantes fuentes de reclamos o búsqueda de información, servicios y recursos. De esta forma, un concejal concertacionista nos señalaba:

[En los dirigentes] es una práctica instalada, la del clientelismo. Lo ven como normalo sea, olvídate, a nosotros nos piden premios para rifas, nos piden plata Todas esas cosas son bastante habituales, entonces eso ya como es parte de lo cotidiano<sup>16</sup>.

Los dirigentes también se contactan con otros intermediarios dentro de la estructura municipal, como son funcionarios claves con años de desempeño en el gobierno local. Estas relaciones pueden fundarse en el conocimiento y reconocimiento mutuos, dado que son ambos los agentes mediadores que tienen más continuidad de trabajo en la comuna de Santiago. Esto se produce a través de un proceso en el que los dirigentes se van interiorizando en el funcionamiento informal de la estructura municipal.

Cuando no es posible establecer estas relaciones directas con las autoridades o los funcionarios municipales, los dirigentes recurren a otros *brokers* locales como son los dirigentes comunales de los partidos, quienes intentan conectarlos con los agentes de la estructura municipal que se requiera. Según hemos observado, la articulación dirigente social/dirigente partidario/estructura municipal, es más bien escasa y se considera casi como la última instancia, dado que la mayor parte de los dirigentes sociales más activos de Santiago tiene llegada directa con algún concejal (o con sus asistentes) o, en el caso de algunos pocos, con el propio alcalde.

El rol de intermediación desempeñado por los dirigentes sociales los convierte en focos prioritarios para los partidos políticos. Éstos se empeñan en captarlos como militantes, con el fin de tener un mayor control sobre el territorio. Al formalizar la participación política, el comportamiento de los dirigentes debe ceñirse a los estatutos, los cuales establecen claramente las sanciones frente a las deslealtades. A diferencia de la militancia formal, las vinculaciones que sustentan las redes clientelares que están sometidas a sanciones sociales pueden ser más frágiles, en tanto pueden romperse al momento que una de las partes sienta que no está siendo retribuida de la manera esperada<sup>17</sup>.

Pero ¿cómo se logra conjugar el rol de dirigente de una organización social con la militancia política? ¿Es el puesto de dirigente una herramienta proselitista para el partido? Al respecto, el discurso suele ser más o menos generalizado. En el caso de la UDI, por ejemplo, a pesar de que reconocer la militancia y la cercanía de muchos dirigentes, la directiva comunal recalca que éstos no pueden instrumentalizar políticamente sus puestos. Esto se basaría en el hecho de que su ideología se basa en la doctrina gremialista. Este tipo de conducta, además está sancionada por ley<sup>18</sup>.

Sin embargo, esta distinción entre el trabajo social y el trabajo estrictamente político parece ser sólo discursiva, pues en la práctica no es tan fácil diferenciar ambos aspectos del trabajo con la comunidad. Esto es especialmente difícil dado la alta personalización de los dirigentes sociales, su nivel de reconocimiento en la comunidad y los recursos materiales, sociales y simbólicos que ellos controlan.

En momentos de campaña electoral, la instrumentalización política de los cargos dirigenciales se hace casi inevitable. Sin embargo, cabe destacar que, a pesar de que existen dirigentes de base con clara militancia política, la mayor parte de ellos prefiere mantenerse como independiente, estableciendo afinidades políticas más generales, en relación a las coaliciones más que a los partidos. De esta manera, nuestras observaciones concuerdan con los hallazgos de Barozet, cuando señala que en la comuna de Santiago existe una superposición parcial entre estructuras partidarias y redes comunitarias (). No obstante, cabe señalar que estas redes no están construidas sobre la base del reclutamiento de militantes. El declive de este tipo de organización limitaría mucho la presencia de los partidos políticos en los barrios, por lo cual la modalidad de simpatía y captación del voto es la más frecuente (Barozet 2005: 380).

En consecuencia, la estructura de las redes clientelares en la comuna de Santiago es el resultado del encadenamiento vertical de vínculos de mediación política personalizada, basados en intercambios particularistas destinados a solucionar problemas a cambio de apoyo político. Estos vínculos conectan a los ciudadanos con la estructura municipal, principalmente a través de los dirigentes sociales de base. Según el nivel de cercanía política y de trayectoria de trabajo, estos dirigentes pueden tener llegada directa hacia las autoridades locales, o bien, pueden llegar hasta ellos a través de la intermediación de funcionarios municipales o en menos medida de dirigentes comunales de partidos políticos. Se trata de una estructura informal que va más allá de las orgánicas partidarias territoriales y que atraviesa la institucionalidad burocrática del municipio, en tanto se cimenta en relaciones cotidianas y perdurables en el tiempo.

## **Los dirigentes vecinales como gestores de soluciones**

Una de las tareas centrales de la labor mediadora de los dirigentes sociales es buscar soluciones a los problemas de sus clientes. La mayor

parte de estos problemas tienen que ver con necesidades relativas a la carencia de recursos económicos, tales como conseguir cajas de mercadería, pagar cuentas, conseguir pensiones asistenciales, pago de servicios funerarios, atención en salud, etc. De forma general, los dirigentes no proveen directamente los recursos que se requieren, sino que más bien canalizan las demandas y gestionan las soluciones, dirigiéndose hacia las fuentes donde estas pueden ser resueltas. Las fuentes de resolución de problemas más recurrentes suelen ser los distintos departamentos municipales. Por ejemplo, si se trata de búsqueda de empleo, se deriva a la Oficina Municipal de Intermediación Laboral (OMIL); si se requieren subvenciones o bienes específicos (mercadería, medicamentos, etc.), se acude al Departamento de Desarrollo Social, etc.

Algunos intermediarios nos señalaron que la necesidad de la intermediación respondería, en gran medida, a un desconocimiento de los ciudadanos, especialmente en los sectores más vulnerables, sobre los servicios que se entregan en el gobierno comunal. Si bien muchas personas recurren directamente a las instancias municipales, otros prefieren acudir hacia los dirigentes sociales de su sector. De esta manera, los dirigentes sociales y otros intermediarios vendrían a cubrir una especie de vacío de información en la vinculación entre ciudadanos y municipio. En tales casos, aunque la intermediación se hace a través de vías formales, los vínculos que los dirigentes han logrado generar y mantener con autoridades o con los propios funcionarios del municipio son importantes para agilizar las gestiones. Un extracto de la entrevista a un dirigente vecinal plantea esto de forma elocuente:

- Entrevistadora: ¿Se consiguen cosas más rápido si llamo directamente a un dirigente?

- Dirigente: Obvio, sí. Por ejemplo, muchas veces mueren personas y resulta que la familia, apurados, tienen para llegar en micro al cementerio, entonces el dirigente viene y le consigue un bus. Si el municipio dispone de plata como para poner un bus, pero el dirigente es el responsable del bus, él lo pide y lo pasa a la familia. Esas cosas hace también un dirigente.<sup>19</sup>

Cabe señalar que, algunos dirigentes también mantienen contactos con entidades externas al municipio, como agencias estatales de mayor envergadura o, incluso entidades privadas. Una dirigente que milita en el partido Renovación Nacional corrobora esta manera en que funciona la intermediación que ellas ejercen:

() por ejemplo hay gente para la salud, se busca, se va al consultorio, ahí uno tiene sus contactos, las cosas se pueden hacer más rápido, cuando hay problemas de vivienda, también se les explica lo que tiene que hacer, cuando hay problemas de colegio, con los cambios () siempre uno manipula contactos para cualquier cosa, de gobiernos, de todas partes, y bueno esto no me da vergüenza.<sup>20</sup>

También se dan casos en que los dirigentes son contactados por entidades o personas externas que quieren entregar algún servicio a la comunidad, puesto que reconocen en ellos una mayor cercanía con la realidad que se vive en los barrios de Santiago. Así lo ejemplifican las palabras de un dirigente de la Unión Comunal de Juntas de Vecinos:

Por ejemplo ahora hay una fundación me llamaron para ofrecerme sillas de ruedas, bastones, voy a tener que organizar todo con las juntas de vecinos y cuánta gente que no conozco va a conseguir una silla de ruedas, pero me hace feliz porque sé que esa persona no tiene para comprar una silla de ruedas y nosotros se la vamos a poder conseguir, como con otras organizaciones que ya hemos entregado veinte sillas de ruedas junto con carabineros () [Desde la Unión Comunal] se hacen convenios con empresas, doctores, oculistas, les hacen atenciones a personas de edad, tenemos convenio con ópticas. Tengo una podóloga que la llevo donde la gente que está postrada y la atienden enteramente gratis, esas clases de cosas hacen bien al dirigente.<sup>21</sup>

En suma, los dirigentes sociales se erigen como intermediarios a partir de las necesidades de las personas que participan en sus organizaciones o residen en los sectores aledaños. No se trata, por tanto, de figuras impuestas o captadas por un patrón político o por las jerarquías partidarias. Aunque no responden a vínculos políticos explícitos, su labor no está despolitizada. El carácter político de su labor se expresa tanto en el poder que ellos pueden llegar a tener en la movilización de sus clientes como en las negociaciones y articulaciones con agentes partidistas que actúan el espacio local. A pesar de esto, ellos construyen su imagen y se presentan públicamente diría Auyero (2001) como gestores de soluciones, poniendo énfasis en los aspectos morales de la intermediación, desligando su labor de toda pretensión de aprovechamiento personal o de instrumentalización política.

## **La construcción discursiva de la labor dirigencial**

Un primer elemento que llama la atención en la construcción discursiva de la imagen de los dirigentes sociales es la separación, casi maniquea, entre las esferas social y política. A pesar de que la mayor parte de los dirigentes, entra en relación con el sistema político para gestionar las soluciones de sus clientes, ellos niegan la posibilidad de visualizar sus acciones como una intermediación política. Muy por el contrario, incluso aquellos que son militantes de partidos, conciben las gestiones que realizan como una labor puramente social. Esta distinción discursiva dice relación con los aspectos negativos que ellos y una buena parte de la población, por cierto atribuyen al ejercicio político. Para los dirigentes sociales, la política es un ámbito que tiene sus propios códigos, donde intervienen los intereses y el beneficio de unos pocos. Se trataría, por una parte, de una actividad particularista, en tanto operaría con incentivos selectivos destinados sólo hacia su público cautivo. Por otra parte, la política equivaldría a

instrumentalización, puesto que cada buena acción en beneficio de la comunidad siempre tendría como finalidad la búsqueda explícita de votos. Esta visión sitúa a la política como una actividad que funciona bajo la lógica utilitarista de maximización del beneficio individual. Por contraposición, lo social es para ellos el ámbito del bien común, donde impera la entrega de ayuda a los más necesitados, sin discriminación y sin la búsqueda de retribuciones personales.

A partir de esta distinción, los dirigentes plantean que el trabajo social no debe ser intervenido por la política, pues esto destruiría su finalidad. Al igual que lo observado por Auyero para el caso argentino, en los dirigentes sociales de la comuna de Santiago la política es definida como una acción extraña a las preocupaciones cotidianas (Auyero 2001:122). Las palabras de este dirigente ilustra claramente este punto de vista:

Cada uno tiene una posición clara de política, pero la política hay que saberla manejar, tener su criterio, su ética, es un tema. Yo digo que para eso están los partidos políticos porque ellos hacen política y mi organización es para ayudar a los demás<sup>22</sup>.

La imagen de la labor social es construida a partir de un juego retórico que hace hincapié en la solidaridad como cualidad innata de las personas que se dedican al trabajo comunitario. Se trataría de un valor moral en el que la ayuda se realiza anteponiendo el bien de los demás al bienestar personal. La idea de solidaridad que está implícita aquí se opone a la de interés, en el sentido utilitarista del término.

El énfasis en este tipo de valores, como fundamento de la asociatividad ha sido subrayado por varios autores. Al respecto Fukuyama (1996), ha planteado que el ser humano actúa con fines no utilitarios en forma racional y con orientación grupal con suficiente frecuencia como para afirmar que el modelo neoclásico nos presenta una imagen incompleta de la naturaleza humana (Ibid: 41). La mayoría de los dirigentes sociales de la comuna de Santiago coincidiría con el planteamiento de Fukuyama, sin embargo ellos ven que estos valores también pueden expresarse como atributos individuales. Ellos destacan el hecho de que la solidaridad no es un valor dominante en nuestra sociedad, lo cual hace mucho más destacable la labor que ellos desempeñan. Pero sus planteamientos van mucho más allá, puesto que ellos naturalizan su vocación. Los dirigentes, a diferencia de Fukuyama, creen que la motivación por ayudar a los demás no se puede aprender, sino que es una cualidad innata. Para aquellos dirigentes que son cristianos, además, esta cualidad ha sido otorgada o bien les fue revelada por Dios. Así lo expresan las siguientes palabras:

Yo he tenido vocación social desde siempre. A los doce años fui catequista, yo estudié en un colegio de monjas y siempre me gustó participar en las cosas sociales. Era una hija de María, que cultivaba una forma de ser bien recatada y con mucho carisma, en el sentido religioso () Yo soy muy cristiana, yo pienso que Dios me tiene en esto<sup>23</sup>.

El énfasis discursivo en el desinterés de las acciones también se refleja en la narración sobre cómo ocurre su transformación en dirigentes sociales. En la mayor parte de los entrevistados, la motivación por presentarse a elecciones en sus organizaciones no surge por iniciativa propia, sino más bien a petición de otros. Estos otros que pueden ser autoridades locales<sup>24</sup>, funcionarios municipales<sup>25</sup>, dirigentes de partidos políticos<sup>26</sup> o, principalmente, socios de las organizaciones son los que aprecian inicialmente sus cualidades y los incitan a ponerse a la cabeza de las organizaciones.

La insistencia de los otros en que ellos sean los que den continuidad al trabajo de las organizaciones se renovarían cada vez que se realizan nuevas elecciones de directiva, puesto que ellos preferirían no seguir siendo dirigentes, dado el nivel de sacrificio que su labor requiere. Sin embargo, acceden a presentarse nuevamente sólo porque la gente se los pide. Para ilustrar esto, reproduciremos el extracto de una entrevista realizada a un dirigente en la que interviene un socio de la organización, hablando en su favor:

- Dirigente: () no todos pueden andar contentos, yo también tengo detractores, como llevo tantos años, me dicen que soy vitalicio, que estoy apernado, porque hay mucha gente que habla, pero a la hora de los quiubos como dicen nadie quiere asumir los puestos de dirigente. Me han tocado en varias campañas y períodos estar casi solo, he estado, pero vengo enfermo como sea vengo y atiendo, entonces ya la gente me conoce, está conforme con lo que hago. Ahora mismo termino en septiembre, pero ya vamos a ver [si sigo]. La mayor votación que tengo es de los adultos mayores

- Socio: Si ya estamos acostumbradas con don Patricio

- Entrevistadora: ¿No se atreven con otro?

- Socio: No, sabe qué, si no está don Patricio, la junta de vecinos se va abajo<sup>27</sup>.

Al señalar que la junta de vecinos se va abajo sin la presencia de su presidente que, por cierto, lleva cerca de veinte años en el cargo el socio de la organización deja entrever otro aspecto trascendental de la presentación pública de los dirigentes: la personalización, tanto de los servicios entregados como de las relaciones a través de los cuales estos se gestionan. Los dirigentes sociales comunales tienden a concentrar en su persona el quehacer de las organizaciones que lideran. En sus relatos sobre las cosas que se han logrado para dar solución a las demandas de su sector, jamás aparece un sujeto colectivo: no se habla de un nosotros, la organización X, sino de un yo, como dirigente. Las palabras esta dirigente sobre las gestiones que realizan, ilustran que las acciones son siempre relatadas en primera persona:

Con [el ex diputado] Krauss conseguí atención oftalmológica para todos los institutos del adulto mayor, de esa época no estaba en el plan AUGE, tenían atención gratuita para el adulto mayor. Trabajé en el ministerio con el superintendente de salud Manuel Hinostroza, he trabajado con Lagos a nivel del ministerio de salud, que es en la cual yo le derivo los

pacientes que son tramitados en los consultorios. Trabajo más o menos con veinte consultorios, trabajo con el consultorio uno, cinco el hospital San Borja Arriarán, el hospital San Juan de Dios donde trabajé y todos los hospitales donde pueda llegar, para solucionar los conflictos de los adultos mayores<sup>28</sup>.

De esta manera, podemos apreciar que, mientras los dirigentes recalcan constantemente la motivación moral y desinteresada de sus acciones, otros rasgos de su discurso los muestran como los únicos responsables de que las cosas funcionen y que los problemas se solucionen. Estos aspectos dejan entrever, de manera implícita, que su ausencia traería como consecuencia la desaparición de todos los beneficios obtenidos. Así, parafraseando a Auyero, en una parte esencial de su presentación pública, los dirigentes sociales se erigen como los sinónimos de las cosas (Auyero, 2001: 135), pero también como sinónimo de la organización.

### **Las expectativas asociadas a la entrega de bienes y servicios**

Si bien no reciben gratificaciones económicas por su labor, los dirigentes sociales esperan recibir otros incentivos, que son más bien de carácter simbólico. Muchos señalan sentirse pagados sólo con la satisfacción personal que les trae solucionar problemas y ayudar a otros, aunque reconocen que los beneficiarios de sus gestiones muchas veces no retribuyen de manera satisfactoria el enorme trabajo que ellos realizan:

( ) jamás he visto que le den las gracias a un dirigente, pero jamás he escuchado que gracias a esta persona yo estoy bien. Por eso que la gente es reacia a hacer algo por la sociedad ( ) yo digo que es bonito ser dirigente, tiene sus cosas bonitas y malas, pero nunca es mencionado el dirigente. A mí no me interesa que me premien, pero sería bonito que de repente tomaran a una señora y la llevaran a cualquier parte y la pusieran en el diario, esta fue una dirigente vecinal, es un ejemplo para las demás comunas<sup>29</sup>.

Podemos apreciar cómo estas palabras muestran que los dirigentes tienen expectativas bien claras sobre su labor. Ellos esperan recibir reconocimiento y prestigio, pero también agradecimiento y lealtad por la asistencia entregada a sus clientes. Esto podría llevarnos a pensar que los dirigentes no entregan sus servicios de forma gratuita, sino que buscan el placer psíquico (Fukuyama 1996). No obstante, esta sería una forma reduccionista de comprender la manera en que actúan las personas. Siguiendo la crítica de Bourdieu (1997), al utilitarismo plantea, lo que vemos en las interacciones entre los mediadores y sus clientes no es una transacción económica travestida, sino una serie de prácticas y discursos que obedecen a la economía de los bienes simbólicos (Ibíd.). Esta lógica económica representaría la negación del interés<sup>30</sup>, en el sentido utilitarista. Podríamos decir, entonces, que las expectativas de los dirigentes frente a las prestaciones entrega-

das expresan su creencia en la reglamentación social asociada a la reciprocidad de los dones. Como bien descubrió Mauss (1979), el intercambio de dones es un sistema de obligaciones mutuas compuesto por la triada dar/recibir/devolver, donde, a diferencia de las transacciones mercantiles, su importancia no radica en el valor material de los regalos, sino en su valor simbólico.

Otro aspecto en el que este tipo de intercambio difiere de la lógica de mercado es el manejo de los plazos de restitución de la deuda. La real importancia del intercambio de obsequios radica en el intervalo temporal que sucede al don y antecede al contra-don. En la mayor parte de las sociedades se admite que devolver de inmediato lo entregado equivaldría a rechazarlo. El intervalo temporal opera, entonces, como pantalla entre obsequio y contraobsequio, de manera de que ambos actos parecen actos únicos y desvinculados. Esto le permite al receptor vivir su obsequio como un obsequio sin devolución y a la [persona] que devuelve, vivir su obsequio como gratuito y no determinado por el obsequio inicial (Bourdieu 1997: 162).

La necesidad de aislar las prestaciones radica en que se trata de intercambios que poseen verdades dobles (Bourdieu 1997), caracterizadas por la dualidad entre una propiedad subjetiva y una realidad objetiva. El acto inicial de entregar un regalo o realizar un favor es una agresión a la libertad de quien recibe, pues es una forma de atar haciendo que la gente se sienta obligada (Ibid: 162). Sin embargo, existe el tabú de la explicitación, a partir del cual esta verdad está colectivamente reprimida. Se niega el carácter real de este intercambio que aparenta ser desinteresado, a través del autoengaño individual y colectivo. Este autoengaño opera al nivel del *habitus*, como orientaciones no conscientes de las acciones de los agentes.

Al instaurarse entre agentes desiguales, el intercambio de dones instituye relaciones duraderas de dominación simbólica (Bourdieu 1997). Esto transforma a la intermediación en una poderosa herramienta de sujeción material y simbólica, que implica protección y/o beneficios a cambio de lealtad y obediencia (Lomnitz Adler y Melnick 1998, Stokes 2007). Como la dominación no es explícita, para que se logre atar al dominado es preciso que la relación se hechice, transformándose en una relación de familiaridad, a través de una serie continua de actos. Como señala Wolf (1966), en el clientelismo es necesaria la existencia (real o fingida) de afecto entre las partes, lo que añade un componente emotivo al vínculo, que impide visualizar de forma explícita la dominación subyacente.

Las descripciones realizadas por los dirigentes de la comuna de Santiago sobre su labor están siempre teñidas de elementos afectivos, a través de los cuales ellos buscan legitimar su labor presentándola como desinteresada (en el sentido utilitarista de interés). La conmoción ante el sufrimiento ajeno, sumado al sentido innato de solidaridad, generaría un fuerte compromiso emocional con la función desempeñada, al punto que ellos no sólo entregan servicios o gestionan la solución de problemas, sino que también

pueden convertirse en un soporte afectivo fundamental para las personas a las que asisten, estableciendo hacia ellas un vínculo de protección. El afecto es un elemento que no sólo se plantea a nivel discursivo, sino también se puede observar en las interacciones cotidianas entre los dirigentes y sus bases. Los dirigentes saludan a sus clientes de forma cariñosa, con un beso en la cara y mirándoles a los ojos; los llaman con apelativos como viejita querida, o por sus nombres en diminutivo (Juanita, Martita, Pedrito, etc.); les preguntan por sus problemas o los de sus familiares más cercanos, dando la impresión de estar siempre al día en la información sobre sus asuntos y mostrando una preocupación constante por tratar de ayudarlos en lo que les sea posible.

Por otra parte, Bourdieu señala que, para que la alquimia la transfiguración de relaciones de dominación en relaciones de afecto funcione, debe estar apoyada por toda la estructura social y, por tanto, por las estructuras mentales y las disposiciones producidas por dicha estructura. Así, la transfiguración sólo se hace efectiva si los agentes que están involucrados en la relación comparten las mismas categorías de percepción y valoración. En consecuencia, se hace necesaria la existencia de un mercado para las acciones simbólicas correctas, donde existan las recompensas correspondientes. En palabras de Bourdieu: tiene que poder ser interesante el desinterés (Bourdieu 1997: 171).

Para los dirigentes de la comuna de Santiago es interesante el desinterés, en tanto existe un reconocimiento a su labor por parte de la mayoría de todos los actores claves en el espacio político local, a partir del cual se legitima el discurso del trabajo social solidario y desmarcado de la actividad político-partidista.

En los clientes, por su parte el reconocimiento de deuda se convierte en agradecimiento, sentimiento duradero respecto al autor del acto generoso (Bourdieu 1997: 172). De este modo, la transfiguración de la relación produce un capital de reconocimiento que trae consecuencias simbólicas para quien ha hecho el favor. Esto es lo que Bourdieu llama capital simbólico, y se trata de un elemento fundamental para los dirigentes a la hora de canalizar el apoyo político hacia determinados candidatos.

Pero, el agradecimiento que resulta del reconocimiento de la deuda también traducirse en lealtad y en una cierta influencia en las decisiones. Esta última va a depender del grado de asimetría entre los agentes que realizan el intercambio. En palabras simples: mientras más grande el favor, mayor la deuda y, por tanto, la posibilidad de establecer una relación de dominación. Según nuestro análisis, la lealtad con la que cuentan los mediadores se expresa, en primer lugar, en su ratificación formal en las directivas de sus organizaciones, las que en la mayor parte de los casos supera los cinco períodos. Esta forma de reciprocidad lo recibido ocurre casi espontáneamente, es decir, sin la necesidad de insinuar la deuda, dado que la mayor parte de los dirigentes vecinales suele no hacer campaña para las elecciones de directivas. Un ejemplo de este tipo de apoyo es manifestado

claramente por una socia de cierta junta de vecinos, quien señaló haber ido a votar por su presidente estando convaleciente. Según nos relató, su marido y su hijo la tuvieron que llevar a votar, porque ella no podía desplazarse por sí sola<sup>31</sup>.

Por otra parte, el grado de influencia que tienen los mediadores en las decisiones de su clientela se traduce en orientaciones sobre cómo votar, o más bien, a qué candidato apoyar en las elecciones. En este caso, el convencimiento es sutil y no opera como una obligación explícita de retribución de las prestaciones entregadas. Como describe una dirigente demócratacristiana:

Quando [la gente] está indecisa ahí está el dirigente para hacerles ver el por qué conviene apoyar a cual candidato, qué compromiso tiene ese candidato con la gestión que uno lleva, porque cuando [las autoridades] ya son reconocidos y han sacado su beneficio, ahí va el dirigente por detrás y va a pedir las obligaciones a la cual ellos se comprometieron y si no, eso se da a conocer después ante la opinión pública<sup>32</sup>.

En consecuencia, si observamos la manera en que funciona la intermediación de los dirigentes a partir de la perspectiva de la economía de los bienes simbólicos, es posible comprender la contradicción entre la negociación discursiva que ellos hacen del intercambio políticamente interesado y la realización de dicho intercambio, sin catalogarla como una actitud cínica o falsa (que escondería el cálculo). Se trata más bien, según nuestra interpretación, de un *habitus* predispuesto al desinterés (utilitarista), que actúa en un campo donde el desinterés está recompensado como capital simbólico, el cual puede utilizarse, además, como capacidad de influir en las decisiones electorales de los otros.

## Consideraciones finales

Lo expuesto anteriormente lleva a plantear que el vínculo clientelar establecido entre autoridades e intermediarios en la comuna de Santiago no puede reducirse los momentos previos a las campañas electorales. Aunque no es posible negar que existan personas particulares y dirigentes sociales que puedan vender su voto al mejor postor, los lazos que generan las redes clientelares que se han analizado aquí tienen un carácter mucho más sólido y permanente en el tiempo. Al tratarse de redes relativamente densas y cerradas, la existencia de un capital simbólico que cuidar juega un rol preponderante en el respeto de las reglas de reciprocidad asociada al intercambio de dones.

Otro elemento importante es que, la no presencia de patrones políticos y la alta rotación de autoridades generan intercambios simbólicos entre los mediadores que ocupan distintas posiciones (concejal/dirigente social; funcionario/dirigente social, etc.) o bien, entre mediadores y bases sociales. Aquí, la confianza adquiere un rol fundamental, en tanto brinda la posi-

bilidad de reducir la incertidumbre en las prestaciones entregadas y en los apoyos políticos.

Si bien hemos podido dar cuenta de cómo funcionan las relaciones de clientela, queda pendiente la pregunta por la eficiencia de la intermediación de los dirigentes sociales en el éxito electoral de un candidato o coalición. A pesar de que la mayor presencia de aquellos en una red clientelar no asegura un triunfo en las urnas, su rol los transforma en importantes agentes de transmisión y canalización de demandas y soluciones. Los dirigentes son nodos esenciales en la articulación de las campañas políticas de los candidatos. Además, tanto los vínculos informales que generan estos intermediarios con otros agentes (autoridades y otros mediadores políticos), como los recursos que circulan a través de estas redes, son fundamentales para dar solución a las demandas principalmente de los sectores populares. Esta intermediación cobra aún mayor relevancia en un contexto con escasa presencia e identificación con partidos a nivel de las bases sociales.

Ahora, cabe recordar que los vínculos clientelares son paradójales, no sólo por el hecho de que implican dominación y obediencia a la vez que generan lazos afectivos, como lealtad confianza e incluso afecto. También generan tensiones constantes entre el sentido utilitarista y las reglamentaciones simbólicas asociadas a la entrega y recepción constante de servicios. Por otra parte, si bien logran acercar la política a los ciudadanos y acortar las distancias burocráticas, también provocan la exclusión de los sectores que no están integrados en las redes clientelares. Además, pueden ser un caldo de cultivo muy fértil para prácticas que rayan en la ilegalidad, como son los actos de corrupción o cohecho. Sin embargo y aunque no sean relevadas de manera consciente y no aparezcan bien representadas en las encuestas, se trata de un fenómeno profundamente arraigado en las prácticas cotidianas de muchas personas, lo que pone de manifiesto la necesidad de seguir investigando las distintas aristas del fenómeno.

## Notas

<sup>1</sup> Este artículo presenta algunos de los resultados de la investigación realizada en el marco de la Tesis para optar al grado de Magister en Ciencias Sociales, mención Sociología de la Modernización (Universidad de Chile), titulada: El sustento relacional de los liderazgos locales aprobada el año 2009.

<sup>2</sup> Esta manera de abordar el intercambio clientelar ha sido predominante en los estudios de la Ciencia Política. Para el caso chileno ver, por ejemplo, Luna (2008); Calvo y Murillo (2009).

<sup>3</sup> Como plantea Auyero (2001), los mediadores tienen varias denominaciones según el país: padrino político o cacique (México); cabo eleitoral (Brasil); referente o puntero peronista (Argentina); etc. En Chile, si bien no hay un término específico para esta figura, la noción más cercana a ella es la de operador político.

<sup>4</sup> Quince de estas entrevistas fueron realizadas en el marco del Proyecto Fondecyt 1030243 (Instrumentalización de redes sociales y lógicas electorales: la dimensión estructural de la movilización colectiva en movimientos neopopulistas chilenos, 2003-2005) y Dicyt de la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de Santiago, 2005 (Instrumentalización de redes sociales y lógicas electorales: comparación de elecciones municipales y parlamentarias chilenas (2000-2005)). Estas entrevistas fueron realizadas por los equipos de investigación a cargo de la Dra. Emmanuelle Barozet, quien me proporcionó el material señalado para complementar este estudio.

<sup>5</sup> Entrevista a Paula Canales, concejala de Oposición, 07/01/09.

<sup>6</sup> En la municipalidad de Santiago todos los concejales cuentan con al menos una secretaria y un asistente, que forman parte del personal del municipio. Algunos de ellos son funcionarios de planta y otros son funcionarios a contrata.

<sup>7</sup> Entrevista a Isidora Fuentes, asistente de concejales de la Concertación, 11/12/08

<sup>8</sup> La tarea principal de los concejales es fiscalizar el cumplimiento de los planes y programas de inversión municipal y la ejecución del presupuesto, pronunciarse sobre el plan comunal de desarrollo, y hacer efectiva la participación de la comunidad local, entre otras funciones. <http://www.bcn.cl/guias/elecciones-municipales>

<sup>9</sup> Entrevista a Héctor Oyarzo, Dirigente Unión Comunal de Clubes de Adulto Mayor, 22/12/08.

<sup>10</sup> Un actual dirigente de esa Unión Comunal, militante DC, señaló que este hecho puso serias trabas al trabajo entre la oficina municipal del Adulto Mayor y la Unión Comunal, durante las gestiones de la Alianza. Entrevista a Héctor Oyarzo, dirigente Unión Comunal de Clubes de Adulto Mayor, 22/12/08.

<sup>11</sup> Entrevista a Loreto Guerra, dirigente comunal DC, jefa de campaña de candidato a concejal DC, 04/12/08.

<sup>12</sup> El caso emblemático se da en el caso de un ex militante DC que es expulsado de su partido tras apoyar a Joaquín Lavín en las elecciones presidenciales de 1999. Más tarde se convier-

te en militante UDI sumándose incluso a la directiva distrital.

<sup>13</sup> Entrevista a José Ignacio Artiza, miembro directiva distrital UDI, 15/04/09.

<sup>14</sup> Ver Artículo 42 de la ley 19418.

<sup>15</sup> Entrevista a Miriam Bañados, Pdta. Junta Vecinos, 09/01/09.

<sup>16</sup> Entrevista a Conrado Isla, concejal Oposición, 10/10/08.

<sup>17</sup> Las obligaciones y sanciones derivadas de los vínculos de intercambio simbólico serán tratadas con mayor detalle en el capítulo IV.

<sup>18</sup> Ver Artículo 3 de la ley 19.418.

<sup>19</sup> Entrevista a Juan Cáceres (pro coalición de Gobierno Local), Dirigente Unión Comunal de Juntas de Vecinos, 13/01/09.

<sup>20</sup> Entrevista a Marcia Pizarro, Dirigente Centro Madres y Comité Adelanto (RN), 19/01/09.

<sup>21</sup> Entrevista a Juan Cáceres (pro coalición de Gobierno Local), Dirigente Unión Comunal de Juntas de Vecinos, 13/01/09.

<sup>22</sup> Entrevista a Héctor Oyarzo, Dirigente Unión Comunal de Clubes de Adulto Mayor, 22/12/08.

<sup>23</sup> Entrevista a Ismenia Cortés, Presidenta de Junta de Vecinos, 15/12/08.

<sup>24</sup> Es el caso de Hilda Téllez (militante RN), Pdta. Junta de Vecinos.

<sup>25</sup> Es el caso de Ismenia Cortés, (pro Oposición), Presidenta Junta de Vecinos.

<sup>26</sup> Es el caso de Patricio Núñez (UDI), Presidente Junta de Vecinos.

<sup>27</sup> Patricio Núñez (UDI), Presidente Junta de Vecinos, 22/12/08.

<sup>28</sup> Entrevista a Ana Gutiérrez (DC), Dirigente Unión Comunal Adultos Mayores, 09/01/09.

<sup>29</sup> Entrevista a Juan Cáceres (pro coalición de Gobierno Local), Dirigente Unión Comunal de Juntas de Vecinos, 13/01/09.

<sup>30</sup> Cabe desatacar que para Bourdieu no existe acto desinteresado, sin embargo cuando él habla de interés no se refiere a la reducción utilitarista del término, sino a un interés ligado al concepto de *illusio*, que implica el hecho de estar metido en el juego, cogido por el juego, el creer que el juego merece la pena, que vale la pena jugar (Bourdieu, 1997: 141). Interés, en tal sentido, significa participar, reconocer el juego y reconocer los envites.

<sup>31</sup> Socia junta de vecinos, actual militante RN, 26/12/08.

<sup>32</sup> Entrevista a Ana Gutiérrez (DC), Dirigente Unión Comunal Adultos Mayores, 09/01/09.

## Bibliografía

Arriagada, Evelyn (2009), *El sustento relacional de los liderazgos locales*. Tesis para optar al grado de Magíster en Ciencias Sociales, Universidad de Chile, Santiago.

Auyero, Javier (1998), “Todo por amor, o lo que quedó de la herejía. Clientelismo populista en la Argentina de los noventa”. En *El fantasma del populismo. Aproximación a un tema (siempre) actual*. Burbano de Lara, Felipe (Ed.). Editorial Nueva Sociedad, Caracas, pp. 81-118.

Ídem (2001), *La política de los pobres. Las prácticas clientelistas del peronismo*. Ediciones Manantial SRL, Buenos Aires.

Baño, Rodrigo (1985), *Lo Social y lo Político, un dilema clave del movimiento popular*. FLACSO, Santiago de Chile.

Barozet, Emmanuelle (2003), “Movilización de recursos y redes sociales en los neopopulismos: hipótesis de trabajo para el caso chileno”. *Revista de Ciencia Política*. Pontificia Universidad Católica de Chile. Vol. XXIII (1), Santiago de Chile, p. 39-54.

Ídem (2004), “Elementos Explicativos de la Votación de los Sectores Populares en Iquique: Lógica y Eficiencia de las Redes Clientelares”. *Revista Política. Los sectores populares y lo político: acción colectiva, políticas públicas y comportamiento electoral*. INAP. Departamento de Ciencia Política, Universidad de Chile, Santiago, p. 205-250.

Ídem (2005), “Los nuevos patrones del clientelismo en las urbes chilenas. Reflexión acerca el uso político de las organizaciones comunitarias en Santiago Centro e Iquique”. En *Redes. Enfoques y aplicaciones del Análisis de Redes Sociales (ARS)*. José I. Porras y V. Espinoza (Eds.). Ed. Universidad Bolivariana, Santiago de Chile, p.361-400.

Bourdieu, Pierre (1997), *Razones Prácticas. Sobre la Teoría de la Acción*, Anagrama, Barcelona.

Ídem (2000), *Poder, Derecho y Clases Sociales*. Ed. Desclée de Brouwer, S.A, Bilbao, España.

Calvo, Ernesto y Murillo, M. Victoria. (2009), *When Parties Meet Voters: Partisan Networks and Distributive Expectations in Argentina and Chile*. Paper prepared to be presented in the 2009 Conference of the Latin American Studies Association, Rio de Janeiro.

Durston, John. (2005), “El clientelismo político en el campo chileno. ¿Aputados o Apechugadores?” En *Redes. Enfoques y aplicaciones del Análisis de Redes Sociales (ARS)*. Porras, José y Espinoza, Vicente (eds.). Ed. Universidad Bolivariana, Santiago de Chile, p. 401-436.

Espinoza, Vicente (1999), "Continuidad histórica de la acción colectiva de los pobladores chilenos. Redes sociales e interacción estratégica". En *Antigua Modernidad y Memoria del Presente. Culturas Urbanas e Identidad*. Salman, Ton y Kingman, Eduardo FLACSO-Ecuador.

Ídem (2006), "Los nuevos agentes políticos locales: revisión estructural de la tesis de Arturo Valenzuela ¿Cómo se articulan el nivel de representación local con el nacional en la arena local y qué papel juegan el gobierno central y las políticas públicas?". *Revista MAD*. Magister en Antropología y Desarrollo de la Universidad de Chile. Número Especial: Nuevas Exclusiones en la Complejidad Social Contemporánea, Santiago, p. 151 164.

Fukuyama, Francis (1996), *Confianza: Las virtudes sociales y la capacidad de generar prosperidad*. Editorial Atlántida, Buenos Aires.

González, José, (1997), *El clientelismo político. Perspectiva socioantropológica*. Editorial Anthropos, Barcelona.

Granovetter, Mark (1973), The strength of weak ties, *American Journal of Sociology* 78 (6).

Hurtado, Edison (2005), El oficio de la etnografía política. Diálogo con Javier Auyero. En *Íconos*, Revista de Ciencias Sociales, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede Ecuador, Quito, p. 109 126.

Lomnitz Adler, Larissa (1994), *Redes sociales, cultura y poder: Ensayos de Antropología Latinoamericana*, FLACSO-México.

Lomnitz Adler, Larissa y Melnick, Ana (1998), *La cultura política chilena y los partidos de centro. Una explicación antropológica*. Fondo de Cultura Económica, Santiago de Chile.

Luna, Juan Pablo (2008), "Partidos Políticos y Sociedad en Chile. Trayectoria histórica y mutaciones recientes". En *Reforma de los partidos políticos en Chile*. Fontaine, Arturo, y otros. PNUD, CEP, Libertad y Desarrollo, ProyectAmérica y CIEPLAN, Santiago.

Mauss, Marcel (1979), "Ensayo sobre los dones, motivo y forma del cambio en las sociedades primitivas". En *Sociología y Antropología*, Tecnos, Madrid.

Rehren, Alfredo (2000), *Clientelismo político, corrupción y reforma del Estado en Chile*. Centro de Estudios Públicos, Documento de Trabajo N°305, Santiago de Chile.

Stokes, Susan (2007), "Political Clientelism". En *Handbook of Comparative Politics*. Carles Boix and Susan Stokes (eds.). Oxford University Press.

Valenzuela, Arturo (1977), *Political brokers in Chile: Local Government*

*in a Centralized Polity*. Duke University Press.

Vázquez Sixto, Félix (1996), *El análisis de contenido temático. Objetivos y medios en la investigación psicosocial*. (Documento de trabajo). (pp. 47-70). Universitat Autònoma de Barcelona.

Wolf, Eric (1966), "Kingship, friendship and patron-client relationships in complex societies". En *The Social Anthropology of Complex Societies*. Banton, Michael (comp.). Tavistock Publications, Londres.

\* \* \*

Recibido: 15.10.2013

Aceptado: 13.12.2013