

“Crónicas de una muerte (¿anunciada?): reflexiones en torno a las paradojas del Clientelismo en América Latina”.

María Natalia Bermudez.

Cita:

María Natalia Bermudez (2004). *“Crónicas de una muerte (¿anunciada?): reflexiones en torno a las paradojas del Clientelismo en América Latina”*. VI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-045/352>

Título: “Crónicas de una muerte (¿anunciada?): reflexiones en torno a las paradojas del Clientelismo en América Latina”

Lic. María Natalia Bermudez

Universidad Católica de Córdoba (UCC)

E-Mail: natberm@yahoo.com.ar

Abstract:

La década de los ´90 fue pródiga en invocaciones de tendencias globales hacia la “consolidación democrática” y “mejoramiento de las condiciones de vida” de la mano de la imposición de la lógica del mercado en todas las esferas de la vida social. En el plano político, la sugerencia del desplazamiento definitivo de las prácticas clientelares fue una de las ideas de mayor repercusión.

Sin embargo, la multiplicación de las “paradojas” en América Latina –evidenciadas en la persistencia del Clientelismo en marcos de apertura económica y reforma del Estado- puso de manifiesto las limitaciones de aquella tesis y la necesidad de problematizar la cuestión desde una óptica crítica.

En este contexto, el presente trabajo propone repensar al Clientelismo como forma de dominación política caracterizada por una institucionalidad abierta cuyos límites sólo adquieren sentido a partir de la diversidad de sus manifestaciones contextuales. Para ello, se esboza un modelo de análisis en dos niveles (micro y macro-social) y sus derivaciones metodológicas como un aporte a los debates en curso sobre el tema.

Esta perspectiva hace hincapié en la reflexividad del cientista entendida a la vez como compromiso con las implicancias prácticas del saber y como modo de afirmación de la propia identidad.

Introducción: los avatares del Clientelismo en la teoría y prácticas políticas recientes en América Latina

Durante la década de los noventa, tuvo gran repercusión entre los decisores y científicos sociales latinoamericanos la idea de una “fuerza horizontalizadora” global en lo político, social, económico y cultural, cuya plena manifestación exigía un aggiornamento estructural en aquellas sociedades en que las condiciones para su afianzamiento no eran idóneas. En el plano político, esta visión planteaba el desplazamiento del Clientelismo en cuanto rasgo de un Estado de Bienestar hipertrofiado y de las modalidades Nacional Populista y Desarrollista en América Latina. Dos eran las vías aludidas para que ello sucediera:

- ✓ La democratización de la cultura política como resultado de la consolidación de un “ethos” de los derechos ciudadanos en contextos caracterizados por altos “niveles de seguridad percibida” (Inglehart, 1991) y por un mayor nivel educativo y de ingresos (Clark y Hoffman Martinot, 1998), ambos indisociables de economías pujantes con creciente protagonismo del sector terciario.
- ✓ Reformas administrativas conducentes a incrementar la eficiencia, la transparencia y la decisividad gubernamental, cuyo punto de partida suele ser un diagnóstico del desfase existente entre el modelo estatal posburocrático y las condiciones político-administrativas locales ¹.

Sin embargo, la constatación reciente de las limitaciones de tales sugerencias en la práctica - con sorpresa en muchos casos- tuvo como resultado la ampliación de los espacios de

¹ Cabe destacar que esta lectura evidencia distintos matices: de una parte, los defensores de “soluciones universales” (Dornbusch y Edwards, 1994; Kaufman y Stallings, 1994; Banco Mundial, 1993 y 1997; Williamson, 1990) y de la otra, aquellos que introducen elementos autóctonos en sus análisis, aunque sin desestimar de fondo la propuesta de la reforma (Cunill Grau, 1999; Prats, 1995).

discusión en torno a los modos usuales de problematizar la política en la región. Así, las “paradojas” de la política latinoamericana incentivaron un necesario giro conceptual. Con el fin de realizar un aporte a estas discusiones y de contribuir a forjar enfoques alternativos para el análisis de la gestión gubernamental y la evaluación de políticas públicas, el presente trabajo se propone repensar al Clientelismo como institucionalidad abierta cuyos límites sólo adquieren sentido a partir de la diversidad de sus manifestaciones contextuales. Esta perspectiva hace hincapié, por ende, en la reflexividad del cientista entendida a la vez como compromiso con las implicancias prácticas del saber y como modo de afirmación de la propia identidad.

La presentación se ordena de la siguiente manera. Como primera medida, se realiza una revisión crítica de trabajos recientes sobre Clientelismo y Neopopulismo en Argentina, apoyada en algunos casos en información estadística y presupuestaria de la Provincia de Córdoba. Esta tarea tiene como objetivo poner de manifiesto la diversidad de supuestos que dan forma a nuestra aproximación a la realidad. La naturalización de tales presunciones en el estudio del fenómeno en contextos diversos desalienta el debate sobre las limitaciones de los enfoques en cuestión y puede conducir, por ende, a la desresponsabilización por el modo en que ese conocimiento contribuye a perpetuar o alterar las prácticas políticas.

A continuación, intentaré esbozar un modelo de análisis que busca sortear estos obstáculos mediante la explicitación de sus parámetros, haciendo luego una breve referencia a sus derivaciones metodológicas. De este modo, pretendo traer a colación una propuesta que de ningún modo es definitiva, sino que se encuentra sujeta a discusión.

I-Una lectura crítica de los nuevos desarrollos de la Teoría Clientelar y Neopopulista

Un punto de partida fructífero en orden a delimitar el enfoque propuesto consiste en sondear algunos trabajos que han sugerido que el Clientelismo está reconfigurándose en América Latina, en lugar de ser desterrado (Auyero, 1996 y s/f; Reyna, 1999; Galfione, 2002; Farinetti, s/f; Novaro, s/f; Bermudez, 2004a). Ello hace comprensible que interpreten la tesis de su desplazamiento como “una suerte de prisión metonímica para este espacio del continente” (Appadurai en Auyero, s/f) ².

Los esfuerzos por desarrollar la tesis de la “reconfiguración” no han sido emprendidos sólo desde el estudio del fenómeno clientelar, sino también a partir de las nuevas conceptualizaciones del Populismo. Los autores que abordan el caso argentino aluden al Clientelismo como una “red de resolución de problemas” (Auyero, 1996; Farinetti, s/f) y muestran una serie de convergencias en torno a los siguientes aspectos:

a) El carácter asimétrico de la relación clientelar, que refuerza la imagen del líder paternal atento a las demandas de su clientela y que debilita la noción de titularidad de derechos ciudadanos (Stokes, 2003; Auyero, 1996 y s/f; Galfione, 2002, Farinetti, s/f; Bermudez, 2004a). Por ende, quella desigualdad representa un atributo que permite considerar al clientelismo como una forma particular de dominación (Auyero, 1996) ³.

² “Uno de los efectos de esta “antología de imágenes” preconstruidas que vinculan lugares y temas culturales es, de acuerdo al antropólogo A. Appadurai, el de achatar toda la complejidad cultural y ubicar el fenómeno estudiado bajo una categoría general y generalizable, en este caso, la de clientelismo” (Auyero, s/f).

³ “(...) brokers (...) erect themselves as the synonymous with things and with the people, thereby producing a domination effect. In erecting themselves in synonymous with the goods delivered, they threaten the beneficiaries with deprivation (...) This domination effect, however, needs to be explored in more detail.”

(Auyero, 1996). El subrayado es propio.

b) El abandono de la circunscripción del Clientelismo a períodos electorales, atribuyéndosele en la actualidad carácter “institucional” y una manifestación continua, ritualizada mediante rutinas y espectáculos de diversos tipos que pueden ocurrir –aunque no necesariamente– durante las elecciones.

c) La “doble objetividad” del fenómeno (Galfione, 2002), dada por la complementariedad entre su dimensión “subjetiva” (Auyero, 1996) y la referida al “intercambio” de bienes individualizables ⁴ por lealtades y votos (Stokes, 2003; Brusco y Nazareno, 2002 y 2003).

d) El impulso de la reconfiguración del Clientelismo por reformas administrativas en contextos de escasez, que habrían signado el pasaje de modalidades con clientelas agregadas y acompañadas de liderazgos populistas, a mecanismos de distribución centrados en clientelas poco organizadas con necesidades de subsistencia insatisfechas (Novaro, s/f; Reyna, 1999).

A pesar de su mayor potencial para problematizar al Clientelismo en nuestro país, se observan algunas cuestiones que aún no han sido suficientemente contempladas por estos estudios y que considero relevantes. Los comentarios a continuación no sólo surgen de reflexiones teóricas, sino que se encuentran parcialmente inspirados en el exámen de datos relativos a la Provincia de Córdoba.

En primer lugar, dicha literatura ha privilegiado el estudio del “cliente” identificándolo de modo casi unívoco con los excluidos por las políticas de ajuste estructural (pobres y sectores informales urbanos, mayormente). Sin embargo, ello no ha impedido que se le adjudique a la relación un carácter “mutuamente benéfico” con el líder de que se trate, lo cual tiene el efecto de minimizar las desigualdades estructurales que atraviesan las posiciones de ambos, a las que ya se refiriera más arriba (Galfione, 2002; Farinetti, s/f).

Asimismo, la teoría suele atribuir a los clientes el rol de meros consumidores, como así también les desconoce capacidad de constitución de lazos horizontales (solidaridades), de movilización y de protesta. Esto es lo que se ha dado en llamar “desertificación organizativa” de las clientelas (Auyero en Reyna, 1999). Por esta razón, “merece la pena reflexionar acerca de la relación entre clientelismo y protestas intentando ir más allá de la oposición que habitualmente se establece entre ambos términos en la bibliografía sobre el tema” (Farinetti, s/f).

En segundo lugar, cuando se indaga en el polo opuesto de la relación clientelar (altos mandos gubernamentales) -generalmente desde la Teoría Neopopulista o “Populismo Liberal” (Lodola, 2004)- resulta sugerente el abandono de la asociación entre liderazgos carismáticos, políticas económicas redistributivas generadoras de indisciplina fiscal, estrategias corporativistas y apoyos procedentes de una alianza multclasista encabezada por las organizaciones representativas de los sectores trabajadores urbanos y de la burguesía nacional. De allí que se aluda a liderazgos más pragmáticos ⁵, ejecutivistas ⁶ y personalistas ⁷ que privilegian las relaciones directas con sus seguidores.

Aún así, esta delimitación del estilo político del líder puede resultar tan restrictiva como su antecesora, puesto que lo caracteriza en función de un modelo de liderazgo comúnmente

⁴ Estos bienes pueden ser de carácter material (como los beneficios económicos de distinta índole) o simbólico (consistentes en prestigio, status, etc). Cfr. Galfione (2002).

⁵ En el sentido de que las ideologías o “programas” desde las cuales procede la invocación de “seguidores” no son tan nítidos ni estables (Novaro, s/f; Barros, 2003; 1994).

⁶ Con esta expresión se alude a que “la autoridad se legitima por su capacidad de producir efectos” (Novaro, s/f).

⁷ Se hace referencia aquí a la parcial autonomía del líder respecto de su partido (lo cual no excluye que intente imponerse allí como figura central), a su tendencia a incrementar las prerrogativas de las que dispone y a su mayor exposición mediática (Novaro, s/f; Nun, 1994; Lodola, 2004).

asociado a la implementación de reformas orientadas hacia la “racionalización” de la administración pública. En el caso de la Provincia de Córdoba, por ejemplo, la incorporación de las Gerencias a la estructura de los Ministerios se fundamentó en la necesidad de desburocratizar al Estado. No obstante, dichas divisiones duplican funciones ya existentes, absorbiendo capacidad ejecutiva y decisoria, canalizándola en última instancia hacia los decisores políticos (Ahumada y Regis, 2004).

En tercer lugar, y como resultado de la orientación eficientista atribuido a las reformas, las propuestas reseñadas insisten en abordar la gestión clientélica a partir del modelo de “gerencia pública” inspirado en la conducción empresarial. Su auge durante la década pasada llevó a centrar la atención en los planes sociales focalizados de carácter “paliativo” como recurso clientelar por excelencia –lo cual de algún modo es coherente con la identidad establecida entre “clientes” y pobres/sectores informales urbanos. Dichos planes habrían desplazado al empleo público y las políticas sociales con pretensiones universalistas, aunque con esquemas particularistas de acceso (Ciuffolini, 1998), dadas por ejemplo, por la afiliación sindical.

Nuevamente, datos recientes relativos a la Provincia de Córdoba muestran la necesidad de cuestionar esta presunción. Allí, tanto el empleo público como los planes sociales focalizados exhiben una tendencia incremental desde las reformas administrativas ocurridas en 1995, lo cual advierte sobre los riesgos de descartar a priori al primero como recurso sólo porque su utilización reedita lógicas aparentemente desplazadas por las innovaciones administrativas. De acuerdo a la evolución de la planta de personal y del gasto ejecutado en personal en la Provincia de Córdoba, en el año 1998 se contabilizaron 25 empleados públicos por cada 1000 habitantes, con un gasto medio salarial de \$1213, en contraposición al año 2002, en el cual las cifras ascendían a 31 empleados públicos por cada 1000 habitantes y a \$ 1036 de gasto promedio en salarios (Ministerio de Economía de la Nación, 2004). A comienzos del

2003, los empleados públicos constituían el 6% de los ocupados en el Gran Córdoba, siendo la tercer categoría ocupacional después del comercio minorista y de las actividades inmobiliarias (Bermudez, 2004b). Los cuadros consolidados de ejecución presupuestaria (a valores constantes de 1991) muestran que en efecto, pese a que el gasto medio salarial se reduce, la expansión de la planta de personal finalmente tiene un efecto incremental sobre el gasto total en personal de la provincia. Así, para el año 1998, el mismo ascendía a \$1.213.417, 97 mientras en el año 2000 fue de \$1.295.652, 62 manteniéndose casi sin modificaciones hasta el primer semestre del 2003 (Dirección Nacional de Coordinación Fiscal con las Provincias, 2004).

Entre los planes aplicados en la provincia mediante gestión compartida con los municipios, de carácter “paliativo” y focalizados en sectores de bajos recursos deben destacarse el Programa Nacional “Jefes y Jefas de Hogar” (PJH), el Programa “A la mesa” (entrega de módulos alimentarios) y el Programa de Apoyo Familiar (ayuda económica para familias extensas de bajos recursos y familias sustitutas) .

Las erogaciones efectivas destinadas a los programas implementados por las Agencias no forman parte del informe anual de ejecución presupuestaria, aunque se afirma que las mismas han sido incrementadas desde el año 2002 en particular (Síntesis de Gestión 2003 de la Agencia Córdoba Solidaria S.E., 2004). Con respecto a la implementación del PJH, de las 15 localidades cordobesas con más de 350 beneficiarios excluyendo Córdoba Capital (MTEySS de la Nación, 2004), 9 pertenecen a las regiones más competitivas de la provincia según la Matriz de Competitividad Departamental, que combina indicadores sociales y económicos (Consejo Profesional de Ciencias Económicas, 2000).

De acuerdo a las notas precedentes, nos encontramos ahora en condiciones de cuestionar la circunscripción de las clientelas a los sectores más afectados por las reformas. En cambio, podría pensarse en una diferenciación de las mismas. El perfil de los empleados públicos

cordobeses y de los beneficiarios locales del PJH puede brindar una aproximación en ese sentido. En cuanto a los empleados públicos del Gran Córdoba, el 73.7% tiene como máximo formación secundaria completa, aunque una importante proporción (26.3%) ha completado estudios superiores o universitarios. Adicionalmente, el 50% tiene entre 35 y 45 años al tiempo que entre el 82 y el 96% no tiene otro empleo adicional y el 65.8% es de sexo masculino (Bermudez, 2004b). Por su parte, del total de los beneficiarios del PJH de la provincia de Córdoba, el 80.3% tiene como máximo nivel educativo alcanzado el secundario incompleto, y casi las tres cuartas partes son de sexo femenino (MTEySS de la Nación, Agosto del 2002).

Un comentario final sobre la gestión clientelar: la literatura sobre el tema se ve atravesada por la discusión en torno a la legalidad/ilegalidad de la misma. A menudo, ello ha conducido a identificar Clientelismo con corrupción, lo cual restringe las posibilidades de echar luz sobre la pluralidad de sus manifestaciones ⁸.

No hay duda que no podemos sino aproximarnos conceptualmente a la realidad. Sin embargo, puede resultar más provechoso relacionarnos con el mundo desde una actitud reflexiva con respecto a los marcos conceptuales empleados a fines de hacer aprehensible su complejidad.

⁸ Por esto, considero que se debe adoptar una actitud prudente ante lecturas como la propuesta por Gellner: "Mientras que en las sociedades tradicionales el patronazgo difícilmente hubiera podido ser pensado como algo en conflicto con las instituciones legales, en las sociedades modernas está construido precisamente alrededor de dicho conflicto. Gellner (1986) señala que este conflicto forma parte de la esencia misma del clientelismo, lo cual deriva en que el control de los clientes por parte de los patrones nunca está totalmente legitimado, en el sentido de que siempre se halla amenazado por lo menos por la legalidad" (Fari netti, s/f).

II-Aportes para la “reconstrucción” del Clientelismo desde la experiencia cordobesa

“Un ensamblaje recursivo de observaciones en observaciones produce valores intrínsecos (...); la contingencia parece ser la forma de estos valores intrínsecos. (...) Para la observación de segundo orden el consenso en ningún caso está prescrito...y funge como ensayo...”

(Luhmann, 1996)

“El mundo está ahí afuera, pero las descripciones del mundo no.” (Rorty, s/f)

Luego de recorrer el estado de la cuestión esbozaré en esta sección un enfoque alternativo desde el cual emprender el estudio del Clientelismo. El mismo constituye, a su vez, el esquema que orienta su estudio para el caso de la Provincia de Córdoba (1995-2004) como tesis de maestría.

En esta tarea han actuado como disparador de algunas reflexiones los trabajos de Niklas Luhmann (1973 y 1996), Richard Rorty (1987) y Hugo Zemelman (2001), quienes me permitieron pensar la institucionalidad clientelar, su lógica y dimensiones desde una nueva perspectiva.

Para comenzar, quisiera traer a colación la conceptualización de Clientelismo como forma de dominación política⁹ institucionalizada (Farinetti, s/f) y en cuanto tal, delimitada por “aquellas convenciones que (...) toman un estatus con carácter de norma en el pensamiento y acción” (Powell y DiMaggio, 1999) de los actores involucrados en la relación, definiendo prácticas y expectativas recíprocas relativamente estables y singulares.

La “relativa estabilidad” y “singularidad” aludidas nos colocan frente a una institucionalidad clientelar “abierta” –contingente- en un doble sentido. Por una parte, las prácticas y normas que las informan son a la vez estructuradas y estructurantes. Por la otra, ambas presentan

manifestaciones variables según el contexto. La “apertura” es, pues, el pilar sobre el que se asienta la re-construcción propuesta de la complejidad del fenómeno clientelar.

Estamos ahora en condiciones de hablar de “**Modalidades de dominación clientelar**” (en plural) que demandan para cada caso concreto un abordaje en dos niveles, cuyas categorías incorporan las observaciones vertidas en la sección precedente.

El macro-nivel delimita las fronteras estructurales de aquella forma de dominación, mientras que en el micro-nivel se configura la subjetividad –creativa y estructuralmente condicionada - de los actores. El primero involucra el estudio de las estructuras con referencia a ¹⁰:

1. Recursos clientelares:

- bienes individualizables relevantes
- modalidades decisionales asociados a los mismos

2. Esquemas de acceso (de base individual o agregada):

- Canales de recepción de demandas
- Criterios y vías de distribución de bienes

3. Modos de canalización del conflicto y mecanismos para su gestión

4. Formas de legitimación

El micro-nivel, en cambio, indaga en las subjetividades de los actores en cuanto ¹¹:

1. Posiciones relativas (“lugares” y atributos significativos que los definen)

⁹ El Clientelismo puede ser entonces pensado como un vínculo “político” en razón de que presenta una estructura del tipo mando-obediencia en relación a una asignación relevante en juego (Farinetti, s/f).

¹⁰ De acuerdo con las discusiones de la sección anterior, no se excluye en este nivel el estudio de algunas manifestaciones jurídicas de estas prácticas regulares.

¹¹ En este nivel se prevé profundizar asimismo en cuestiones de género, ante las reiteradas manifestaciones de Auyero (1996) acerca de la relevancia de esta dimensión con referencia a una “división sexual” del trabajo en las prácticas clientelares del Peronismo. Por el momento, excede las discusiones planteadas en este trabajo.

2. Estrategias

3. Aprendizajes (pueden visualizarse a partir de una lectura de las estrategias en función de las “trayectorias” de los actores)

A partir de estas categorías propongo indagar en los estilos de liderazgo (es decir, las “marcas personales” del patrón en la dominación clientelar) como así también el perfil de los clientes. Estas categorías también permiten una aproximación a la multiplicidad de formas en que se actualiza el proyecto político de dominación clientelar (resistencia-negociación), como así también sus variaciones históricas. Ello da cuenta de las formas en que dicho proyecto se ritualiza¹².

Quisiera dejar en claro que el hecho de que se oriente la mirada hacia una dominación clientelar cuya institucionalidad es “abierta” de ninguna manera supone atribuir a esta última un grado elevado de coherencia estructural ni un destino o valor intrínseco¹³

¹² El sentido de “ritualización” aludido aquí se inspira en los estudios de Javier Auyero y en las reflexiones de Galfione (2002), quienes emplean esta noción en términos de “dramatización” de redes y representaciones culturales.

¹³ Con esto aludo a ciertas apreciaciones observadas en buena parte de la literatura sobre el tema, que estigmatizan al Clientelismo de acuerdo a un modelo de gestión pública o democracia presupuesto. Los siguientes ejemplos son ilustrativos al respecto: “la distribución de incentivos selectivos fomenta la clientelización de la política. ¿Es esto necesariamente malo? (...) esta modalidad de movilización y acción política bloquea el cambio social” (Lodola, 2004), “(...) my findings will have policy relevance for political reformers interested in breaking out of the poverty trap and in improving the quality of democracy” (Stokes, 2003). De todas maneras, una visión romántica de este fenómeno me parece tan arriesgada como la anterior: “Scott (1969) ve a los partidos políticos basados en el patronazgo como un paso hacia la institucionalización de la política en países pobres y las reformas gubernamentales anti-patronazgo, como una amenaza a la institucionalización.” (Brusco y Nazareno, 2002), “(...) la paradoja es que los intercambios clientelares parecen

predeterminado. Por el contrario, se sugiere pensar en niveles variables de coherencia estructural, un futuro incierto y en grados diferenciales de trascendencia en la política local como atributos de cada modalidad.

Para concluir la exposición, los niveles y categorías de análisis propuestos presentan ciertas implicancias metodológicas. Si las diferencias entre las modalidades clientelísticas no obedecen a distinciones de raíz ontológica y el eje subjetivo-objetivo atraviesa los dos niveles analíticos esbozados, entonces tampoco cabe adjudicar a priori “idoneidad” a ciertas reglas y procedimientos para su estudio.

Con esta afirmación se intenta poner en cuestión la visión según la cual ciertas estrategias y técnicas resultan adecuadas para dilucidar aspectos relativos a uno de los niveles de análisis o a alguna de sus categorías de modo excluyente ¹⁴. No se sugiere, entonces, que la decisión de emplear determinadas herramientas metodológicas sea irrestricta, sino que constituye un aspecto indisociable del proceso de delimitación del objeto (problematización) y que en cuanto tal, es también reflexivo.

Desde esta posición pues, es posible desentramar la institucionalidad abierta de la dominación clientelar mediante el empleo conjunto de herramientas cualitativas y cuantitativas de distintas disciplinas sociales. En otras palabras, propongo un acceso cuali-cuantitativo tanto a las estructuras -en cuanto “proyectos de sentido” - como a las categorías del micro-nivel.

ser voluntarios” (op cit), “Boissevain, Powell, Weingrob y Silverman (nosotros podemos agregar a Escobar), aseguran que el clientelismo es un paso adelante en el desarrollo político en la medida en que funciona como un mecanismo de incorporación de sectores marginados a la vida política” (Farinetti, s/f).

¹⁴ A ello se refiere Auyero con la expresión “doble vida analítica del clientelismo” (cit en Galfione, 2002), cuando reflexiona sobre los derroteros de la teoría clientelar reciente.

Bibliografía:

Ahumada, Jorge y Regis, Stella (2004): Informe de avance. Proyecto “El empleo público en Córdoba: tendencias y cambios” (soporte magnético). SeCyT (05/R005). IIFAP-UNC.

[Consulta: Febrero del 2004]

Akerstrøm Andersen, Niels (2003): Discursive analytical strategies. Bristol, Polity Press.

Auyero, Javier (1996): “Performing Evita: Brokerage and Problem-Solving Among Urban Poor in Argentina”. Versión en español (“La doble vida del clientelismo”) publicada en la Revista Sociedad 8 (Abril de 1996).

Auyero, Javier (s/f). “Desde el punto de vista del cliente. Repensando el tropo del clientelismo político”. Apuntes de Investigación del CECYP (<http://www.apuntes-cecyp.org>). [Consulta: 26 de Diciembre del 2003]

Barros, Sebastián (2003): “La especificidad inclusiva del Populismo” (soporte magnético). Ponencia presentada en el VI Congreso Nacional de Ciencia Política (SAAP), Rosario, Noviembre del 2003.

Bermudez, M. Natalia (2004a): “Clientelismo, política y subjetividad: una aproximación desde el enfoque del Análisis de Discurso en materiales de la prensa escrita (Córdoba, 2000-2003)” en AAVV, Escenarios y nuevas construcciones identitarias en América Latina. Córdoba, CEA-UNC.

Bermudez, M. Natalia (2004b): “El empleo público en el Gran Córdoba”. Informe inédito elaborado en base a la Encuesta Permanente de Hogares (onda: Mayo del 2003).

Brusco, Valeria y Nazareno, Marcelo (2002): “Apuntes para la investigación del Clientelismo en Argentina” (soporte magnético). Córdoba: Universidad Católica de Córdoba.

Brusco, Valeria y Nazareno, Marcelo (2003): Avance de Investigación. "Selective Incentives and Electoral Mobilization. Evidence from Argentina" (soporte magnético). Chicago: University of Chicago.

Ciuffolini, M. Alejandra (1998): "Descentralización de políticas sociales: estudio de caso en México y Argentina". Revista Tesis Vol. II (Septiembre de 1998).

Clark, Terry y Hoffman Martininot, Vincent (Eds.) (1998): La Nueva Cultura Política. Estados Unidos, Westview Press.

Cunill Grau, Nuria (1999): "Mercantilización y neo-clientelismo o reconstrucción de la Administración Pública. Retos de las reformas de segunda generación". Revista Nueva Sociedad N° 160.

Dornbusch, Rudiger y Edwards, Sebastian (1994): "La macroeconomía del populismo" en Dornbusch R. y Edwards S. (eds), La macroeconomía del populismo en América Latina. México, FCE.

Farinetti, Marina (s/f): "Clientelismo y protesta: cuando los clientes se rebelan". Apuntes de Investigación del CECYP (<http://www.apuntes-cecyp.org>). [Consulta: 26 de Diciembre del 2003]

Galfione, Alberto (2002): "El clientelismo político" (soporte magnético). Paper inédito.

Inglehart, Ronald (1991): El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas/Siglo XXI.

Kaufman, Robert y Stallings, Barbara (1994): "La economía política del populismo latinoamericano" en Dornbusch R. y Edwards S. (eds), La macroeconomía del populismo en América Latina. México, FCE.

Lodola, Germán (2004): "Neopopulismo y compensaciones a los perdedores del cambio económico en América latina". Revista Diálogo Político Año XXI, N°2 (Marzo del 2004).

Luhmann, Niklas (1996): "La contingencia como atributo de la sociedad moderna" en Josetxo Beriain (ed), Las consecuencias perversas de la modernidad. Barcelona, Anthropos.

Novaro, Marcos (s/f): "Crisis de representación, neopopulismo y consolidación democrática". (<http://www.politica.com.ar>). [Consulta: 17 de Febrero del 2004]

Nun, José (1994): "Populismo, representación y menemismo" (soporte magnético). Paper presentado en el First Vienna Dialogue on Democracy (Departamento de Ciencia Política, Instituto de Altos Estudios), Viena, Julio de 1994.

Powell, Walter y DiMaggio, Paul (1999): El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional. México DF, FCE.

Prats, Joan (1995): "Fundamentos para la Reforma del Estado en América Latina: del clientelismo al mérito en el empleo público" (soporte magnético). Paper presentado a la Conferencia sobre Nueva Generación de Políticas Públicas (PNUD), Montevideo, Marzo de 1995.

Reyna, Roberto (1999): "El avance de las prácticas clientelares en una Argentina empobrecida". Revista Desafíos Urbanos N° 38.

Rorty, Richard (1987): "Método, ciencia social y esperanza social". Revista Estudios (Verano de 1987).

Rorty, Richard (s/f): Contingencia, ironía y solidaridad. (http://www.inicia.es/de/diego_reina/filosofia/logica/rorty_ironia.htm). [Consulta: 11 de Julio del 2004]

Stokes, Susan (2003): Avance de investigación. "Explaining political clientelism. Evidence from Argentina" (soporte magnético). Chicago: University of Chicago.

Zemelman, Hugo (2001). "Pensar teórico y pensar epistémico. Los retos de las ciencias sociales latinoamericanas" (mimeo). Universidad de la ciudad de México.