



Félix TALEGO VÁZQUEZ

Simposio 1: El recurso a la reciprocidad

Coordinación: Cristina Larrea, José Luis Molina & Ignasi Terradas



**Elecciones y vínculos redistributivos
en la Andalucía Contemporánea**

Resumen

Intentamos demostrar que algunos fenómenos definitorios de la política en la Andalucía contemporánea ganan en inteligibilidad si los analizamos a la luz de los diferentes tipos de vínculos redistributivos que se dan en el seno de las colectividades y organizaciones. Pero evidenciando a su vez que muchos de esos lazos redistributivos no pueden ser confundidos con los típicos lazos clientelísticos, de los que tanto se han ocupado los antropólogos. El caso que proponemos apunta o se incardinaría en una propuesta teórica que debiera enfatizar la importancia que tiene el estudio de los modos de intercambio (reciprocidad, redistribución, comercio) y los vínculos que los sustentan para entender algunas de las claves societarias, siguiendo la estela de Mauss, que nos enseñó que la reciprocidad es una "práctica social total". Quizá la redistribución y el comercio deban ser entendidos como prácticas sociales totales. ¿O es la redistribución sólo una modalidad de la reciprocidad y el comercio algo distinto?

Abstract

The key issues on Andalusian politics can be understood from the viewpoint of the structure of relationships in the organizations and collectives, bonds very different from the "clientelar" relationships.



Cultura & Política ······ Barcelona, Septiembre de 2002

Actas del IX Congreso de Antropología de la
Federación de Asociaciones de Antropología
del Estado Español

Simposio 1: El recurso a la reciprocidad



El clientelismo interpretado en el contexto de la redistribución

Es mucho lo que se ha escrito sobre el clientelismo en Andalucía, como en otras sociedades del Mediterráneo o de América Latina, en general sobre sociedades *atrasadas*, o no del todo *desarrolladas* o *modernizadas*. Muchos autores, y desde tiempo ha, han puesto de relieve que el clientelismo es una práctica común, más o menos central, en todas las sociedades (Weber, 1993), por más *desarrolladas* que estén y afianzados los regímenes democráticos en ellas (Günes-Ayata, 1994) y que se da, por supuesto, no sólo en pequeñas comunidades atrasadas, que es donde la han encontrado los antropólogos (Moreno, J. 1999: 73-77), sino en contextos urbanos y a todos los niveles de las relaciones políticas. Pero, a pesar de la abundancia de esta literatura -o quizás por ello-, reina una cierta confusión, que va desde quienes no consideran clientelismo casi ningún tipo de relación política (Martínez Alier, 1968; Gilmore, 1980), hasta quienes ven clientelismo o patronazgo en todas partes y en cualquier tipo de dependencia y hasta de relación con el más allá (Boissevain 1974) o las ideologías, elevando al clientelismo a la categoría de manifestación paradigmática del universal del *homo hierarchicus* (González Alcantud, 1994: 273).

Los conceptos cuyo campo semántico se quiere hacer tan amplio terminan desdibujándose y siendo poco útiles. Como creemos que el clientelismo es, interpretándolo de manera adecuada, un concepto útil para entender un tipo

de relaciones políticas característico, vamos a proponer una interpretación del mismo que nos permita emplearlo en la aproximación a la política democrática andaluza que queremos desarrollar: desde nuestro punto de vista, el clientelismo es una de las modalidades que adopta la relación redistributiva. La redistribución sí es una pauta universal junto a la reciprocidad y al mercado, como formas de intercambio de bienes y de servicios, tal como lo mostró Polanyi (1976), haciendo extensiva la perspectiva que Mauss (1966) había ofrecido sobre la reciprocidad como "institución social total". Nosotros estamos convencidos de que también la redistribución y el mercado son prácticas sociales totales.

Un rasgo central de la reciprocidad es que el intercambio entre personas -que alcanza desde el intercambio de cosas hasta el de afecto y reconocimiento- requiere o está subsumido en un compromiso integral, es decir, en un vínculo previo o pacto, explícito y formal o implícito e informal, que trasciende las transacciones concretas, de manera que, para los actores sociales, las transacciones son un subproducto o una consecuencia del vínculo. Esta es justamente la lógica del don de la que trató Mauss. En la medida en que ésta es la lógica operativa -el código comunicativo válido- en una relación social, se hace inviable intercambiar cuando es lo intercambiado el motivo exclusivo, sin que esté presente el vínculo o alianza personal integral a que hacemos referencia. Como se ha afirmado después, si hay un interés expreso por lo trocado, debe quedar oculto o disimulado (Bourdieu, 1991: 178). En





cualquier caso, el compromiso entre las partes debe ir más allá, debe trascender el acto mismo del intercambio. Esto es necesariamente así cuando se trata de vínculos adscritos (los parientes por filiación, por ejemplo, entre los que se suponen obligaciones mútuas), pero también cuando los lazos son adquiridos y voluntarios: como los que unen a los miembros de *tribus urbanas* o cierto tipo de relaciones características de las camarillas políticas o profesionales, en las que los beneficios y obligaciones mutuas deben siempre aparecer como muestras o presentes que atestiguan la sintonía de sus miembros o la supeditación a un objetivo común.

La redistribución obedece a esta misma lógica del vínculo o pacto personal integral, al que queda supeditado y del que dependen las prestaciones, aunque en ella los participantes ocupan posiciones desiguales características: una de las personas (o entidades) tiene poder sobre la o las otras, de manera que, gráficamente, la redistribución puede representarse como una estructura radial, pues lo definitorio del grupo son lazos diádicos, de cada integrante con quien ocupa la posición central; los miembros periféricos del círculo se relacionan entre sí sólo o principalmente porque mantienen la relación con quien ocupa el centro, pero pueden no relacionarse en absoluto, lo que no resta, sino que añade solidez a la estructura radial diádica. Por supuesto que estas estructuras pueden ser también más o menos voluntarias y reversibles (los seguidores de un caudillo, los votantes de un partido) u obligatorias e inquebrantables (los ciudadanos respecto a la hacienda estatal).

La desigualdad es aquí definitoria, lo que marca una diferencia profunda con la reciprocidad: ésta supone una relación diádica pero equilibrada -las prestaciones y contraprestaciones tienden a resolverse sucesivamente en un reequilibrio- y, si la relación recíproca integra a más de dos personas, su representación gráfica adopta la forma de malla irregular, con vectores de sentido múltiple y cambiante que se cruzan entre sí caprichosamente, sin que pueda distinguirse una posición central. En la redistribución, sin embargo, las prestaciones y contraprestaciones se resuelven en un desequilibrio permanente, de manera que la persona o entidad que ocupa la posición central es siempre acreedora y los demás deudores: afirma Balandier (1988: 91) que el poder es una deuda que no puede saldarse. En la redistribución, esto significa una relación de poder desde el centro a la periferia de la estructura radial, pues la posición central dispone permanentemente de más resortes que cualquiera de quienes mantienen con él la relación diádica. Como diría N. Elías (1993), se da interdependencia, pero desigual, y el poder radica en que cada posición por separado depende del centro en mayor medida de lo que el centro depende de cada una de ellas.

Importante es también recordar que la naturaleza de los bienes y servicios intercambiados puede ser extraordinariamente diversa, hasta abarcar todo el espectro de dones imaginable, siendo característico, en la redistribución como en la reciprocidad, que la naturaleza de los dones ofrecidos pueda ser correspondida con contradones de naturaleza o cualidad completamente





diferente, de manera que, si de una parte se ofrecen, por ejemplo, recursos materiales, la otra puede corresponder con afecto, reconocimiento, prestigio, apoyo político, etc. Todos los intercambios son posibles porque todos ellos se inscriben en el compromiso –voluntario u obligado- entre las partes, modificándose la naturaleza de los mismos en función de las circunstancias. Es lo que se llama intercambio generalizado.

Si nosotros contextualizamos el clientelismo como una modalidad de redistribución no es para integrarlo en una categoría aún más amplia y comprensiva que nos llevara en el límite a afirmar que todo es lo mismo, sino para todo lo contrario: porque desde esta perspectiva podemos comprender mejor la peculiaridad de lo clientelar, para diferenciarlo de otras formas de redistribución con las que se le confunde a menudo y con las que poco tiene que ver, pero también para asociarlo a fórmulas de relación socio-política de las que se mantiene alejado en los análisis, pero con las que tiene más parentesco del que se admite.

La mayor parte de los estudios sobre clientelismo, patronazgo o caciquismo en la época moderna y contemporánea, sean obra de historiadores, de sociólogos o antropólogos, se centran en un tipo de clientelismo que, tanto por el volumen de la producción, como por la importancia de las conclusiones a las que llegan, se ha convertido en el clientelismo clásico, el clientelismo por excelencia, el que se toma como referente en el estudio de otras

formas de relación diádica desigual. Se trata de un clientelismo que se alimenta del trasiego entre las partes de una variedad de recursos que pueden reducirse a dos categorías: recursos procedentes del patrimonio público y recursos procedentes del patrimonio privado. Siendo característico, además, que la distinción público/privado quede en suspenso o pase a segundo plano, reducido todo a la categoría común de dones intercambiables. Es decir, la lógica que establece en su interior ese clientelismo borra una de las distinciones fundamentales sobre las que se funda la legitimación de las sociedades modernas con administración burocrática, como puso de manifiesto Max Weber (1993): la separación total que idealmente debe establecerse entre hacienda pública de la administración y patrimonio personal privado.

El clientelismo es, por tanto, una de las formas de corrupción del sistema político que se sustenta en las ficciones de interés público nacional y salvaguardia de la voluntad popular expresada en las urnas. Weber llamaba a esto patrimonialización (Weber, 1993: 200), es decir, tratar los asuntos de la oficina pública como asuntos de la esfera de los negocios e intereses patrimoniales.

Los estudios sobre clientelismo suelen caer también en un reduccionismo que les impide ver fenómenos importantes de las relaciones políticas: por lo general el interés se centra en identificar las fórmulas recurrentes de los actores sociales para convertir bienes públicos en bienes económicos privados, o las que se





emplean para hacer valer capitales económicos privados en el progreso de personas o proyectos en las instituciones públicas. En definitiva, se trata en todos los casos de transferencias entre poder económico y poder político. No habrá que negar la importancia de este tipo de intercambios en las sociedades capitalistas, pero no agotan el espectro de tránsitos que se dan entre la el poder público y otros ámbitos de la actividad social. P. Bourdieu, siguiendo a Bertrand Russel (Bourdieu, 1991, pp. 205), nos ha hecho comprender que la noción de capital no debe ser reducida a la de capital económico, al modo como lo ha entendido la economía ortodoxa y el marxismo, sino que el capital puede adoptar muchas otras formas: en este sentido, puede considerarse capital cualquier recurso que se encuentre desigualmente distribuido y que garantice en cada contexto social algún tipo de ventaja o prerrogativa. Entendido así, el capital puede aparecer de distintas formas y obedeciendo a diferentes lógicas en sus procesos de producción, acumulación y transferencia. Lo más fecundo para el análisis social es procurar descubrir los procesos diversos que hacen posible la convertibilidad o transferencia de unos tipos de capital (de poder) en otros. Es el caso que en muchos contextos políticos -de los que analizaremos después algunos casos en Andalucía- las transferencias -o interferencias- no se dan principalmente entre poder político institucional y capital económico, sino que otras formas de capital protagonizan los procesos. Si se ignora esto, pasan desapercibidos fenómenos muy interesantes que no encajan en los esquemas ideados para el análisis del clientelismo clásico.

Esto explica que los terrenos en los que el clientelismo se muestra un concepto verdaderamente útil sean en las democracias plutocráticas, entendiendo por tales no sólo las que legalmente auspician la plutocracia (como la norteamericana desde siempre), sino también y especialmente aquéllas en que la plutocracia es un práctica importante a pesar de las formalidades jurídicas (las que son llamadas por eso “democracias frágiles”, “corruptas”, “democracias de países en vías de desarrollo”). Es en estos contextos en los que la intersección entre bien público e interés privado adopta el perfil típico del señor para el que finanzas privadas y cosa pública se resuelven en confusión permanente. Sin embargo, los regímenes democráticos europeos posteriores a la Segunda Guerra Mundial, incluido el español que se inaugura con el reinado de Juan Carlos I, la plutocracia no es un rasgo central, ni en los cargos políticos ni, por supuesto, de la administración. Uno y otro ámbito se encuentran altamente profesionalizados. Los partidos políticos han ganado protagonismo y ya no son los partidos de *honoratarios* (Weber, 1993: 504) o notables (Duverger, 1951: 93-120) que dominaron la escena hasta la primera guerra mundial. Ni siquiera los partidos de masas que vivieron su apogeo tras la segunda guerra mundial y que ya había estudiado antes Michels (1991). Desde los años sesenta se han ido afianzando en la escena política de Europa Occidental los “partidos de electores” (Charlot, 1972: 210), dominándola desde los años setenta (Offe, 1992, Von Bayme, 1990; Linz, 1979 y 1986; Morodo 1979). El perfil preponderante de los





políticos de este tiempo es el de “personas que se lo deben todo al partido” (Bourdieu, 1988: 158), cuyo poder y notoriedad se ha fraguado y se sustenta en el seno de los partidos a que pertenecen; que viven del partido y para el partido, porque la vida del partido es su vida y viceversa. En una situación general de este tipo, los enfoques que se mantienen anclados en la tradición de los estudios del clientelismo clásico y manejando los mismos instrumentos de análisis, se demuestran poco eficaces para captar fenómenos y estrategias de las nuevas tramas de poder, para interpretar incluso los que podrían considerarse “intereses personales”, porque éstos adoptan otras configuraciones en la nueva situación.

El clientelismo en la democracia andaluza

La primera cuestión a que debemos responder es si el clientelismo es una estrategia política importante en la democracia, en qué ámbitos o escenarios. Intentaremos primero refutar una idea que ha gozado de mucho eco en Andalucía, según la cual se daría un “voto cautivo”, o un “voto subsidiado”, condicionado por un “clientelismo de nuevo tipo”, operativo especialmente en el campo andaluz y al que estarían sometidos especialmente los sectores del campesinado y jornaleros. Es algo muy aireado por la prensa desde hace bastantes años, presentando estos hechos como conformadores del presente, incluso como definitorios del mapa político andaluz. En otro lugar hemos tratado esta cuestión (Talego, 2001). Allí ponemos de relieve que ninguna prueba aportan quienes sostienen la existencia

del voto cautivo y el clientelismo, sobre el modo cómo se produce, por qué procedimientos, sino que se limitan a señalar que está relacionado con la distribución discrecional y arbitraria de fondos por las administraciones con destino a diferentes medidas sociales y contra el desempleo.

El argumento, latente o manifiesto, es que determinados partidos y/o representantes políticos intercambian fondos públicos por votos. Se trataría por tanto de una trama parecida a las que se han estudiado especialmente para el caso del Mezzogiorno italiano (Graciano, 1980; Caciagli, 1982) y Grecia (Mouzelis, 1987), aunque en nuestro caso no teorizada. Se ha afirmado que estas prácticas han contribuido al éxito continuado del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) en Andalucía, por presentar a los sectores sociales y agrupaciones territoriales interesadas los recursos y ayudas públicas a ellos destinadas como donaciones discrecionales y graciabiles. La novedad residiría en que, en el presente, los caciques no serían las personas con influencia económica, sino las personas “que todo lo deben a la política”, es decir, los cargos de los partidos que manejan los recursos públicos. Por eso se habla de “nuevo clientelismo” o de “clientelismo político”, basado ahora en la asignación discrecional por los alcaldes y otros cargos de subvenciones, subsidios y peonadas. De ahí que se hable también de “voto subsidiado”. Los sectores y entidades territoriales beneficiados —o que creen haberlo sido— responderían entregando su voto a esos líderes y partidos, por miedo a





perder los supuestos beneficios. Según estos planteamientos, esos votos no serían verdaderamente libres; no serían democráticos. La relación diádica clientelar no se plantearía ahora como una relación entre cargos políticos y personas concretas que saldrían beneficiadas individualmente –sería en tal caso un delito tipificado- sino como un trato de favor entre los poderes públicos y sectores sociales o unidades territoriales concretas. Lo que se denuncia no es, por tanto, un delito en sentido estricto, sino el falseamiento y adulteración de las reglas del juego democrático.

No negaremos nosotros que los partidos políticos (todos) intentan hacer ver ante la opinión pública y especialmente ante los sectores afectados que los recursos que les destinan es gracias a su interés, que su continuidad depende de la de ellos en el poder. Éstos, junto con otros argumentos, o argucias, forman parte de las estrategias por mantenerse en el gobierno o acceder al mismo. Tampoco negaremos que porciones considerables de electores de distintos sectores sociales, comarcas, ciudades, etc., creen que lo que entienden como mejoras recibidas y su continuidad se debe en exclusividad a determinadas figuras políticas, o partidos, aunque se trate de medidas regulares y de continuidad asegurada, como las pensiones. Pero llamar a todo esto clientelismo es una desacreditación injustificada y, en cualquier caso, y en lo que más nos interesa a nosotros, una caracterización errónea, que, más que ilustrar, confunde y oscurece fenómenos políticos.

El clientelismo en la Andalucía democrática no está en las elecciones. Su importancia es mucha, pero está contenida en el interior de los partidos y opera entre los órganos decisorios y los cónclaves congresuales. También existe una relación clientelar, a menudo oscura e ilegal, entre los partidos y sus financiadores privados, quienes esperan contrapartidas, ahora sí, privadas, individuales. Otras veces estos financiadores son en realidad intermediarios entre las administraciones –controladas por figuras del partido- y el propio partido, de manera que se les otorga fraudulentamente contratos de servicio público después de haberse comprometido a desviar parte del dinero al partido en cuestión. Éstos son los ámbitos privilegiados del clientelismo en las democracias contemporáneas, distintos como se ve a los que fueron típicos de las democracias censitarias de “notables” (para las que es específicamente apropiado el calificativo de plutocráticas). Las consecuencias de esta trama clientelar, muy importantes, han de permanecer en ese terreno de la “política en penumbra” (Robles Egea, 1996) y no es éste el lugar para analizarla.

Identificaciones, adscripciones políticas y personalismo

Algunos datos bastarán para poner de manifiesto la importancia que ha tenido y tiene aún, aunque en menor medida, la fidelidad de una porción mayoritaria del electorado andaluz a determinados partidos:





De esos partidos, el que ha gozado, desde las primeras consultas hasta las más recientes, del apoyo mayoritario ha sido el PSOE: la Junta de Andalucía es gobernada por los socialistas desde el período preinstitucional hasta el presente. Andalucía ha sido y es el principal territorio sostenedor de ese partido a nivel del Estado. Checa lo evidencia en un estudio en el que recoge el porcentaje que representa Andalucía en el voto obtenido por los partidos mayoritarios. El porcentaje de los votos al PSOE va elevándose en las sucesivas consultas, lo que no se debe tanto al aumento de votos a ese partido en Andalucía, sino a los descensos que experimenta en el resto del Estado. Este hecho resalta la fidelidad en Andalucía al partido socialista. En las dos últimas elecciones generales, la de 1996 y la del año 2000, esta desproporción de votos a favor del partido socialista en Andalucía sigue siendo notable: en 1996 los votos al PSOE representaron el 46,66 % del total de votos válidos, mientras que en todo el Estado representaron el 37,63 %. En las elecciones generales del año 2000, en las que el PP obtuvo mayoría absoluta, en Andalucía el PSOE ha vuelto a aventajar en votos al PP, aunque en menor proporción (43,86 frente al 40,57), lo que contrasta fuertemente con las proporciones obtenidas por ambos partidos en el conjunto estatal (34,16 % del PSOE y 44,52 del PP).

En el caso de los votos a opciones de derecha se observa una transferencia del electorado desde la predilección inicial por la Unión de Centro Democrático (UCD) a la preferencia posterior, producida con fluidez, por Alianza

Popular (AP), después llamado Partido Popular (PP), transferencia que se produce por la desaparición de la UCD. La transferencia de votos entre PSOE y Partido Comunista (PCE, después Izquierda Unida, IU) se ha dado también, pero en menor medida, por diversos factores, pero entre ellos, por las diferencias o incluso enfrentamientos estratégicos entre las dos formaciones por ganar espacio entre el electorado "de izquierdas". Estas constataciones sobre tendencias electorales en Andalucía son bastante obvias y cualquier lector atento a la actualidad no hará sino recordar con ellas hechos básicos de su trayectoria electoral, pero van a servirnos para llamar la atención sobre el fenómeno de la fidelidad de muchos electores andaluces por determinados partidos.

La fidelidad a la que aludimos, que se ha traducido en que muchos electores hayan votado en todas las ocasiones por un mismo partido, o siempre por opciones "de izquierda" o "de derecha", apunta hacia el fenómeno de la adscripción o identificación política. Se trata en estos casos de votos de naturaleza distinta a los que podríamos considerar como votos opcionales: los votantes han votado sintiéndose y posicionándose "de izquierdas", o "de derechas", con lo que, en sentido estricto, no han tenido que optar, sino que, más pro-piamente, se han manifestado como lo que se sienten, como lo que son desde la perspectiva de su fuero interno. Este fenómeno es difícilmente cuantificable y no disponemos de cifras, pero es seguro que su incidencia, probablemente decisiva, ha sido mayor en la medida que más nos remontamos a los años de la transición.





Lipset (1977: 57) se refirió ya a este fenómeno, al distinguir dos tipos de vinculación de los actores sociales con los sistemas políticos, la relación basada en la efectividad y la basada en la afectividad, instrumental la primera, de legitimación la segunda. Almond y Verba (1970: 546) trataron también este fenómeno de la naturaleza de la vinculación de los actores sociales con el sistema político, distinguiendo entre la adhesión emotiva y la instrumental. Pero en el tema que nos ocupa, a nosotros nos parece más adecuado hablar de identificación, y no genéricamente a un sistema político, sino específicamente a un partido, o a los campos ideológicos de izquierda y derecha. La identificación alude al conjunto de atributos empleados por los individuos para definir el perfil social, el perfil constitutivo, sustancial, de ellos mismos, de sus grupos de referencia y de los otros –grupos y personas- contrastivos. Estos atributos son tenidos por cualidades consustanciales y adscritas, no electivas ni voluntarias o instrumentales. Entre los andaluces es más frecuente oír que se es del PSOE, o que se es de izquierdas, que los otros *son* de derechas, o que *son* franquistas (adscripciones éstas que para muchos han sido asimilables, aunque se las ha ido distinguiendo cada vez más). Por eso, muchos andaluces han votado y votan todavía por aquello que consideran que son, sin atender, o atendiendo sólo en segundo término, a la letra de los programas, a las caras o a los logros, como tampoco a consideraciones instrumentales de tipo clientelístico; votan por *los suyos*.

Ha operado incluso, y opera aún, aunque también menos cada vez, cierta asimilación entre posición social y posición política, de manera que la adscripción política ha sido un atributo más, muy importante, del estatus social o perfil identificatorio de grupos sociales y familias: *los ricos son de derechas, los pobres, de izquierdas*, que es como decir que lo que corresponde a quienes detentan un estatus social alto es ser de derechas –más allá o con independencia de cómo piensen o incluso como actúen-, así como que los obreros y en general quienes engrosan el magma de los sectores populares les corresponde *ser* de izquierdas.

En el caso andaluz, por las circunstancias de la Guerra Civil española y de la dictadura, que se prolongó por cuatro décadas, ha permanecido viva durante mucho tiempo una confusión entre izquierda y comunismo y derecha y franquismo: para los izquierdistas y antifranquistas, todas las derechas eran franquistas; para los de derechas, todo izquierdista era un comunista convicto, aunque no fuera confeso. Adscribirse o quedar adscrito a uno de estos dos bandos fue completamente decisivo para vidas y haciendas de personas y familias durante la guerra civil y la dictadura, pues quienes se identificaron con la izquierda y el republicanismo sufrieron represión, muerte, destierro, exilio, etc, mientras que los que apoyaron a *los nacionales* (los partidarios del golpe de estado y el régimen de Franco), pudieron mantener sus intereses, y aún acrecentarlos en muchos casos. No debe extrañar por tanto que la condición de franquista o antifranquista, de





derechas o izquierdas, pasara a ser rasgo identificatorio adscrito central e incluso heredable: los hijos y familiares cercanos de quienes fueron identificados como izquierdistas en la guerra civil fueron siempre sospechosos para los grupos sociales sostenedores del franquismo y cargaron siempre con ese estigma. También los descendientes y familiares de quienes apoyaron a Franco y participaron directa o indirectamente del régimen franquista, han arrastrado después la condición de franquistas, aunque no tuvieran ninguna relación directa con el régimen, o aunque hicieran incluso gestos de distanciamiento. Porque ser franquista o antifranquista ha sido mucho más que una mera opción política: algo que se aproxima a una condición estamental, condición en la que se nace y a la que se pertenece con relativa independencia de la voluntad (Weber, 1993: 245).

En Andalucía, en ausencia de proyectos políticos nacionalistas, que resultaron frustrados o que fueron bloqueados (Moreno, I., 1993a, 1993b), la tensión izquierda-derecha ha representado desde principios de siglo el eje de proyectos societarios alternativos, que a menudo se concibieron como irreconciliables, que lo fueron de hecho, quedando cristalizadas las posiciones en la guerra civil, grabadas indeleblemente en la identidad de unos y otros, a sangre y fuego, proyectándose sobre todo el período de la dictadura y sobre la transición política a la democracia, siendo rastreable todavía hoy, aunque cada vez menos, como veremos enseguida. Esta dialéctica izquierda-derecha ha encerrado el discurso político-

ideológico de dominación (Talego, 1995) y es equiparable a la que en otros contextos o épocas distingue a los creyentes de impíos y herejes, a demócratas de los que no lo son, a nacionales de extranjeros, en definitiva a todas las dicotomías que perfilan las normas de la comunidad simbólica legítima respecto a la que no lo es y debe ser por ello superada, expulsada, conjurada (Foucault, 1983).

En todas las sociedades existen diferentes ejes de tensión: izquierda frente a derecha, nacionalismo periférico frente a centralista, etc, pero alguno de esos ejes es en cada período el central, configurando el clima y contexto políticos, pudiendo ser completamente decisivo y definitorio, proyectándose sobre los demás ejes de tensión y reduciéndolos a ser su función. En el caso andaluz, creemos que el eje dominante ha sido el de izquierda-derecha. En esa medida, el propio régimen democrático ha sido entendido como un instrumento, subeditado a otro fin que lo supera y la trasciende: el conjunto de procedimientos que se entienden por democráticos son entonces legítimos sólo en cuanto contribuyen a esos otros fines. Esa fue la lógica que se impuso a la II República, la que legitimó la dictadura franquista y la que ha subyacido y subyace probablemente aún en muchos electores de nuestros días en Andalucía, herederos de proyectos políticos en los que *derecha* o *izquierda* son variables de rango mayor que la fórmula política *democracia* o *dictadura*.

El discurso de las organizaciones políticas desde la instauración de la monarquía parla-





mentaria, el de los medios de comunicación, las propias circunstancias y devenir político, las actuaciones desesperadas y desesperantes de golpistas y de ETA, así como el trastoque de las diferencias de clase, han contribuido a un giro paulatino del eje que sirve para la definición de la comunidad legítima, de manera que el eje democracia-dictadura, o el de centralismo-“periferismo”, han ido ganando protagonismo frente a la anterior dominante: tampoco tenemos cifras para constatar esto, porque quizás no sea necesario constatarlo en cifras: pero es seguro que muchos electores, especialmente los más jóvenes, pero también bastantes para quienes la democracia era algo instrumental, han incorporado la democracia al terreno de los principios y se perciben ya como *demócratas* antes o primero que *de derechas*, *de izquierdas* o de éste o aquel partido. En esa medida, lo que pasa a ser instrumental es la relación con el partido o con el espectro ideológico izquierda-derecha, supeditándola a logros, programas, caras, etc, mientras que la democracia (lo que se entiende por tal) —o la idea de nación— alcanza la condición de principio categórico.

Este tipo de vínculos entre electores y partidos, sean instrumentales o de identificación, pueden ser contemplados como vínculos redistributivos, pero no de tipo clientelar, por dos razones: porque la diáda no es ahora entre individuos, sino entre colectivos y organizaciones, y porque los bienes intercambiados son de carácter público y colectivo, no privados. Estas diferencias instauran implicaciones y consecuencias tan distintas e

incomparables que aconsejan no confundir ambos tipos de relación redistributiva. Si durante la Restauración el clientelismo fue definitorio, en la democracia actual es ésta relación identificatoria o instrumental la manera dominante que adopta la relación redistributiva entre actores políticos; ya no se trata de señores y clientes, sino de representantes por un lado y militantes, simpatizantes o electores por otro (según sea el grado de cercanía a la organización).

Personalismo y vínculos redistributivos

Respecto a la relación que puede establecerse entre representación y personalismo, se ha referido bastante la tendencia del sistema político español hacia el personalismo, incluyendo la actual democracia (Márquez, 1992: 33; De Esteban y López, 1982: 45), definiéndolo como la tendencia de las bases políticas y los electores a identificarse con personas más que con ideas. Pero esta consideración del personalismo es confusa e ignora que en contextos no precisamente excepcionales los políticos representan ideas, encarnan proyectos e ideologías, cifran en su figura — mediante un simbolismo metonímico— el capital político acumulado por colectividades, organizaciones, partidos, o gobiernos. En la Andalucía democrática actual la generalidad de los que ostentan la condición de líderes lo hacen en tanto que concentran algún capital político de este tipo. Por tanto, son ejes de estructuras redistributivas personalistas, al conseguir presentarse como los mejores valedores de ideologías, sean cuales sean éstas.





En Andalucía, a menudo, no se da ninguna contradicción entre adscripción ideológica, o a proyectos políticos, sean del tipo que sean, y personalismos, sino que éste se inscribe como una solución recurrente en esos procesos políticos colectivos, por la marcada tendencia presente en la cultura andaluza al antropocentrismo, como ha subrayado I. Moreno, que lo define como “la evitación al máximo posible de las relaciones puramente funcionales o basadas exclusivamente en el desempeño de papeles sociales... el esfuerzo por convertir cualquier relación anónima en una relación personalizada.”, lo que conduce a confiar más en las personas que en las instituciones (Moreno, I.: 1986: 266).

El representante, en tanto que tal, es una figura política netamente distinta al jefe clientelar, porque, antes que nada y sobre todo, es hijo de un proyecto público, que lo habilita como figura política; el capital que gestiona, o que manipula, es puramente político, a diferencia de lo que ocurre en el clientelismo, en el que el capital político está fuertemente intersectado por capital económico privado, como acabamos de ver. En el caso de los representantes de las democracias actuales, los intereses privados, personales quedan subsumidos en esta lógica pública, o no son diferentes de los intereses colectivos, porque lo normal es que el representante deba toda su fuerza a su posición como capitalizador de la confianza de los votantes (o a los delegados congresuales) y no a un poder económico previo que continúa después como un vector estructural de su ejecutoria pública. En lo que refiere a los

votantes, quienes apoyan y otorgan autoridad a los representantes, depositan en ellos su confianza sólo en la medida en que personifican el proyecto que sea. Sin embargo, cuando el clientelismo está presente en las elecciones, los electores clientelistas se identificaban con una opción justo por lo contrario: en tanto que lo hace la persona por quien votan, a la que les unen intereses privados antes que cualquier proyecto público.

Ahora bien, no todos los políticos profesionales de nuestro tiempo son representantes en este sentido genuino, sino sólo una minoría. Ello a pesar de la formalidad jurídica democrática, según la cual políticos son todos y sólo aquellos que se someten “al veredicto de las urnas” y son elegidos por los votantes. Todos ellos son reconocidos formalmente como delegados, representantes legales, en primera instancia, de las circunscripciones por las que fueron elegidos, y, en sentido general, de la totalidad del ámbito territorial en que se hayan convocado las elecciones (local, autonómico o estatal). Según la teoría jurídica de la representación, existen dos actores políticos, los electores y los elegidos. La realidad política es diferente: en primer lugar, existe un tercer actor político no contemplado por la teoría: los partidos políticos. Los elegidos no sólo se deben a los electores, sino a los órganos decisorios de los partidos, a los jefes que en el seno de los mismos controlan la distribución de puestos (Duverger, 1969: 211), algo completamente decisivo en el sistema político español, donde las listas electorales son cerradas y bloqueadas (excepto al Senado) y existe





disciplina de voto en las cámaras de representación. Esto convierte a la mayoría de concejales y parlamentarios en personas de confianza que se deben ante todo a su partido, o mejor, a los jefes de su partido, los que suelen aparecer en la cabeza de las listas, los presidenciables o alcaldables, los que asumen el protagonismo en los medios de comunicación. Estos son los que podemos considerar representantes en el sentido auténtico que damos aquí al concepto, pues son ellos los depositarios del capital político del partido y la confianza del electorado. Este orden de cosas se refleja, por ejemplo, en el desconocimiento de los electores sobre los candidatos de sus circunscripciones, sobre el nombre y circunstancias de todos los demás parlamentarios, o concejales, que no son los "primeros espadas", puesto que se sabe de alguna manera que son algo parecido a empleados de sus jefes. Esto es lo que pone de manifiesto J. Escalera en un reciente estudio sobre el Parlamento andaluz (Escalera: 2000: 46).

Por lo demás, los electores, que representan el extremo del haz en la redistribución con el representante, o con el partido, son figuras políticas completamente diferentes a los clien-

tes, pues, por definición, el elector es sólo un voto, materia simple e impersonal, que sirve sólo si se le suman otros idénticos y se forma una mayoría (García Calvo, 1991). Los representantes, los mandatarios políticos en nuestras democracias de sufragio universal y política de masas saben que su relación con los votantes ha de ser impersonal, como impersonal es cada uno de los votantes, y así es a todos los niveles, desde el local hasta el estatal. El éxito del representante en las elecciones depende de esto, de hacer ver que su trato es ante todo y sobre todo con mayorías, que se componen, como vemos de seres clónicos, indiferenciables. Claro que el éxito del representante en nuestros sistemas políticos no depende sólo de esto: tiene que tratar con otros agentes políticos, como los cuadros de sus partidos, o los financiadores de las campañas, agentes que no son nada clónicos, sino que tienen intereses personales: es el ámbito donde vive el personalismo clientelístico, pero es distinto y permanece oculto a la relación entre representante y electores.

Bibliografía

- ALMOND, G.A. & VERBA, S., 1963, *La cultura cívica*, Madrid: Euramérica.
- BALANDIER, G., 1988, *Modernidad y poder. El desvío antropológico*, Madrid: Júcar.
- BEYME, K. von, 1994, *Teoría política del siglo XX*, Madrid: Alianza Editorial.



- BOISSEVAIN, J., 1974, *Friends of friends: Networks, Manipulators and Coalitions*, Oxford: Blackwell.
- BOURDIEU, P., 1988, "La delegación o el fetichismo político", *Cosas dichas*, Buenos Aires: Gedisa.
- BOURDIEU, P., 1991, *El sentido práctico*, Madrid: Taurus.
- CACIAGLI, M., 1982, "The mass clientelism party and conservative politics: Christian Democracy in Southern Italy", en Layton-Henry (Ed.), *Conservative Politics in Europe*, Nueva York.
- CHARLOT, J., 1972, *Los partidos políticos*, Barcelona: A. Redondo Editor.
- CHECA, A., 1994, *Andalucía después del 92*, Málaga: Ágora.
- CONTRERAS, J., 1991, "Estratificación social y relaciones de poder", en J. Prat; U. Martínez; J. Contreras & I. Moreno (Eds), *Antropología de los pueblos de España*, Madrid: Taurus.
- DE ESTEBAN, J. & LÓPEZ, L., 1982, *Los partidos políticos en la España actual*, Barcelona: Planeta.
- DUVERGER, M., 1969, *Los partidos políticos*, México: FCE.
- ELÍAS, N., 1993, *La sociedad cortesana*, México: FCE.
- ESCALERA, J., 2000, *Parlamento, representación democrática y sociedad civil en Andalucía*, Sevilla: Junta de Andalucía.
- FOUCAULT, M., 1983, *El orden del discurso*, México: Tusquets.
- GARCÍA CALVO, A., 1991, "El común contra la democracia", en *Noticias de abajo*, Zamora: Lucina.
- GONZÁLEZ ALCANTUD, A., 1994, "El clientelismo social y político en las sociedades mediterráneas", en C.P. Kottak, *Antropología. Una exploración de la diversidad humana. Con temas de Antropología hispana*, Madrid: McGraw-Hill.
- GRACIANO, L., 1980, *Clientelismo e sistema político. Il caso dell'Italia*, Milán.
- GÜNES-AYATA, A., 1994, "Clientelism: Premodern, Modern, Postmodern", en L. Roniger, & A. Günes-Ayata, (eds.), *Democracy, Clientelism and Civil Society*, Londres.
- LINZ, J. J., 1979, *El sistema de partidos en España*, Madrid: Nircea.
- LIPSET, S. M., 1977, *El hombre político*, Buenos Aires: Eudeba.
- LUQUE BAENA, E., 1996, *Antropología política. Ensayos críticos*, Barcelona: Ariel.
- LLOBERA, J. R., 1990, *La identidad de la Antropología*, Barcelona: Anagrama.
- MÁRQUEZ, G., 1992, *Movilidad política y lealtad partidista en Andalucía*, Madrid: CIS.
- MARTÍNEZ ALIER, J., 1968, *La estabilidad del latifundismo. Análisis de la interdependencia entre relaciones de producción y conciencia social en la agricultura latifundista de la Campiña de Córdoba*, París: Ruedo Ibérico.
- MAUSS, M., 1966, "Essai sur le don: forme et reison de l'échange dans les sociétés archaïques", en *Sociologie et Antropologie*, París: PUF.
- MICHELS, R., 1991, *Los partidos políticos. Un estudio sociológico de las tendencias oligarquicas de la democracia moderna*, Buenos Aires: Amorrortu.



- MORENO, I., 1993, "La identidad andaluza, pasado y presente", en *Andalucía, identidad y cultura*, Málaga: Librería Ágora.
- MORENO, I., 1993b, "Etnicidad, conciencia de etnicidad y movimientos nacionalistas: aproximación al caso andaluz", en *Andalucía, identidad y cultura*, Málaga: Librería Ágora.
- MORENO, I., 1986, "Los intereses de Estado (español) y la desactivación de la toma de conciencia nacional andaluza. Del primer postfranquismo al socialismo institucional", en *Nación andaluza*, nº 6-7.
- MORENO, J., 1999, "El clientelismo político: historia de un concepto multidisciplinar", *Revista de Estudios Políticos*, nº 105, pp. 73-96.
- MORODO, R., 1979, *Los partidos políticos*, Madrid: FCE.
- MOUZELIS, N., 1987, "Continuities and discontinuities in Greek Politics", en K. Featherstone & D. Katsoudas (eds.), *Political change in Greece*, Londres.
- OFFE, C., 1992, *Partidos políticos y nuevos movimientos sociales*, Madrid: Sistema.
- POLANYI, K. & otros, 1976, *Comercio y mercado en los imperios antiguos*, Barcelona: Labor.
- RONIGER, L. & GÜNES-AYATA, A. (eds.), 1994, *Democracy, Clientelism and Civil Society*, Londres.
- TALEGO, F., 1996, *Cultura jornalera, poder popular y liderazgo mesiánico. Antropología política de Marinaleda*, Universidad de Sevilla y Fundación Blas Infante.
- TALEGO, F., 1995, "Cultura del trabajo jornalera, discurso político y liderazgo: el caso del poder popular de Marinaleda", en *Revista de Antropología Social*, nº 4.
- TALEGO, F., 2001, "Democracia local, 'clientelismo', 'voto cautivo' y alcaldes en Andalucía", en J. Escalera (coord.), *Contrapuntos sobre política y democracia. Cultura, sociedad y régimen democrático*, pp. 209-228.
- WEBER, M., 1993, *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*, México: FC(1ª ed. 1944).

