

Clientelismo, redes e intermediaciones

Coordenadas para el debate

Luz María Cruz Parcero



Universidad Nacional
Autónoma de México

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Enrique Luis Graue Wiechers
Rector

Leonardo Lomelí Vanegas
Secretario General

Luis Agustín Álvarez Icaza Longoria
Secretario Administrativo

Alfredo Sánchez Castañeda
Abogado General

Socorro Venegas Pérez
Directora General de Publicaciones y Fomento Editorial

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Carola García Calderón
Directora

Patricia Martínez Torreblanca
Secretaria General

Jesús Baca Martínez
Secretario Administrativo

Elvira Teresa Blanco Moreno
Jefa del Departamento de Publicaciones



Esta investigación, arbitrada a “doble ciego” por especialistas en la materia, se privilegia con el aval de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México.

Este libro fue financiado con recursos de la Dirección General de Asuntos del Personal Académico (DGAPA) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), mediante el proyecto “Repensar el clientelismo en la democracia mexicana” del que es responsable académica Luz María Cruz Parceró como parte del Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica (PAPIIT) IA303220.

Clientelismo, redes e intermediaciones. Coordinadas para el debate

Luz María Cruz Parceró

Primera edición: 30 de noviembre de 2022

Reservados todos los derechos conforme a la ley.

D.R. © 2022 Universidad Nacional Autónoma de México

Ciudad Universitaria, alcaldía Coyoacán, C. P. 045 10, CDMX, México.

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales,

Circuito Mario de la Cueva s/n, Ciudad Universitaria,

alcaldía Coyoacán, C. P. 045 10, CDMX, México.

Oficina del Abogado General

Dirección General de Asuntos Jurídicos

ISBN: 978-607-30-7007-2

Corrección de original y cuidado de la edición: iGIRA

Diseño de interiores y portada: iGIRA

Queda prohibida la reproducción parcial o total, directa o indirecta, del contenido de la presente obra, sin contar previamente con la autorización expresa y por escrito de los editores, en términos de lo así previsto por la Ley Federal de Derechos de Autor y, en su caso, por los tratados internacionales aplicables.

Las opiniones y los contenidos incluidos en esta publicación son responsabilidad exclusiva del/los autor/es.

Ebook hecho en México/*Ebook made in Mexico.*

Índice

Introducción	5
Capítulo 1. El concepto. Origen y transmutaciones	7
Definiciones, funciones y capacidad explicativa	7
El clientelismo como una institución informal en la democracia	21
Perspectivas teóricas en los estudios del clientelismo	23
Elección racional y neoinstitucionalismo	24
Acción colectiva y enfoque de redes	26
Capítulo 2. Apuntes para los estudios del clientelismo en la democracia mexicana	33
Una relación siempre presente	33
Una relectura desde el neoinstitucionalismo	41
Capítulo 3. Para que el clientelismo funcione	45
Revisión conceptual	45
Su relación con la ciudadanía	47
Clientelismo y género	50
Hacia una agenda renovada	53
Bibliografía	55

Introducción

Estudiar un fenómeno con tan larga historia como el *clientelismo* representa un ejercicio de sistematización para comprender de dónde proviene el concepto, cómo ha evolucionado, cuáles son los mecanismos que lo aceitan y cómo se inserta en las democracias contemporáneas.

Los conceptos, considerados como “unidades de pensamiento”, conforman un lenguaje especializado que concede el establecimiento de semejanzas y diferencias que desarrollan relaciones lógicas en el quehacer científico, al tiempo que permiten tanto la comunicación entre especialistas, como la transferencia de conocimientos al resto de la población (Zabludovsky, 2012: 109).

El libro que el lector tiene en sus manos busca seleccionar hilos de una madeja que ha llevado a historiadores, antropólogos, sociólogos y politólogos a preguntarse por sus efectos negativos en las democracias, su conceptualización, sus orígenes, y sus formas de conservación y reproducción.

Fue a finales de los años setenta cuando se documentaron diversos aspectos de este tipo de relaciones, destacando trabajos orientados por enfoques de mayor amplitud, pero, sobre todo, más comprensivos. Estas posturas marcaron un punto de inflexión que dio paso al estudio de otras dimensiones de un fenómeno que, al menos desde la ciencia política, parecían más acotadas. De esta manera se descubrió un fenómeno de dimensiones caleidoscópicas que solemos simplificar en el uso cotidiano del término.

El lector encontrará la revisión de un concepto desde su raíz etimológica, así como de algunas notas sobre su evolución histórica y conceptual, a fin de identificar temas que requieren nuevos acercamientos y formas de reflexión en la investigación futura, la cual plantee nuevos debates.

El estudio del clientelismo contemporáneo implica la comprensión de su carácter polisémico, dado a partir de un proceso cuyo concepto se ha redefinido durante más de medio siglo, y desde disciplinas distintas, para explicar formas de vinculación política fundadas en la asimetría, la subordinación y la desigualdad de las relaciones entre patrones y clientes, pero que, en tanto concepto que explica una forma de relación social y política dinámica, adolece de la elasticidad necesaria para dar cuenta de las nuevas formas emanadas de una sociedad más plural.

Afirmo que la naturaleza del fenómeno se transforma y adquiere un carácter híbrido¹ con sutiles cambios que le permiten alternar entre la asimetría y la simetría, la subordinación y la liberación, la desigualdad y la búsqueda de condiciones para la igualdad, por lo que es necesario comprender la complejidad de redes asociativas que revelan espacios con formas de intercambio que se equilibran, liberan y desarrollan en condiciones de mayor equidad (Cruz Parceró, 2018).

La tarea no es sencilla; metodológicamente, la identificación de las mutaciones resulta complicada a partir de aquellas características mayormente asentadas a lo largo del tiempo. Plantearlo en términos de hibridación clientelar permite distinguir viejas y nuevas formas de intercambio que se van tejiendo en las mismas redes que constituyen las relaciones clientelares de hoy en día.

Con ello se busca revisar el concepto y poder establecer sus alcances teóricos y metodológicos, así como algunos de los temas pendientes para la investigación.

Así, en el primer capítulo se aborda el origen del concepto y sus transmutaciones para establecer la capacidad explicativa o vigencia, así como los enfoques desde los cuales se ha estudiado. Desde la ciencia política hemos optado por destacar el enfoque del neoinstitucionalismo para comprender el funcionamiento de las instituciones formales e informales de la democracia.

En el capítulo dos propongo un acercamiento al estudio del clientelismo en la democracia mexicana, destacando la relevancia de los trabajos de corte empírico para comprender su funcionalidad.

Finalmente, se recuperan tres temas relevantes en la agenda de investigación: su revisión conceptual; sus alcances y limitaciones desde temas fundamentales para la democracia como son la participación y la construcción de la ciudadanía, y finalmente, una necesaria revisión desde la perspectiva de género.

Agradezco el apoyo del Programa PAPIIT “Repensar el clientelismo en la democracia mexicana” IA303220, sin el cual no hubiera sido posible retomar este tema tan necesario, así como los comentarios de los evaluadores anónimos por su invaluable contribución.

¹ En términos de proceso histórico-político, la figura definida por la Real Academia de la Lengua Española para la palabra *híbrido* da cuenta de cambios paulatinos que no necesariamente borran de tajo las características que lo han definido a lo largo de la historia. En una de sus acepciones, como adjetivo en el campo de la mecánica, la palabra híbrido se refiere a la posibilidad de que un vehículo pueda funcionar tanto con combustible como con electricidad. Traducida esta imagen en términos del bagaje de la ciencia política, podríamos decir que puede funcionar tanto en regímenes autoritarios como democráticos. En los animales y vegetales el concepto se refiere a la procreación por dos individuos de distinta especie; dicho de una cosa significa que es producto de elementos de distinta naturaleza. Si se refiere a un individuo: de padres genéticamente distintos con respecto a un mismo carácter.

Capítulo I

El concepto. Origen y transmutaciones

► Definiciones, funciones y capacidad explicativa

Pensar el origen de un concepto y los sentidos que este adquiere con el paso del tiempo, es de primera importancia para establecer a qué tipo de cosa nos referiremos en este apartado. Dada la vasta bibliografía sobre el tema, se agradecen las investigaciones sistematizadas para avanzar en la comprensión del fenómeno, su origen, definiciones, características y transmutaciones en las sociedades contemporáneas.

De origen romano, términos como los de “patrón” y “cliente” han sido heredados con el paso de los siglos conservando su naturaleza. Ambas palabras designaban a dos personas socialmente desiguales que establecían relaciones de intercambios recíprocos (Deniaux, 1993: 3).

Autores como Vommaro y Combes (2016) han realizado importantes aportaciones en torno a lo que denominan las *vidas semánticas* del clientelismo, así como de los usos y significados marcados tanto por las distintas disciplinas que lo han estudiado como por las coordenadas geográficas que le dan sentido. Resulta necesario retomar los hilos para repensar los límites y alcances del clientelismo, así como para observar las nuevas rutas por las que transita el fenómeno en las sociedades contemporáneas.

Los estudios más recientes sobre el tema, en especial aquellos que parten de una exploración etnográfica, han puesto el acento en los problemas que acarrea la simplificación del concepto. Ello se relaciona con lo que Zemelman describió en términos de la *inercia parametral* que se reproduce en las ciencias sociales latinoamericanas, donde no siempre se tiene claro qué es lo nuevo y qué lo viejo (Zemelman, 2006: 108).

En consecuencia, es pertinente aclarar qué hay de nuevo o viejo en un concepto tan utilizado como es el del clientelismo. En primer lugar, esta reflexión conduce a determinar si estamos ante un fenómeno nuevo con nombre viejo, si la naturaleza originaria o atributos permanecen, o si estamos ante un fenómeno reciente que aún no ha sido nombrado.

La tarea no es sencilla, las dimensiones de lo clientelar resultan caleidoscópicas y en ocasiones los marcos teóricos constituyen camisas de fuerza para formas de relaciones que transitan por una gran variedad de rutas informales, pero que, al mismo tiempo, tocan las puertas de las instituciones formales para negociar demandas y colocar intereses particularistas en las agendas públicas.

Marcar las coordenadas de un fenómeno tan complejo implica un examen más minucioso de lo que estamos acostumbrados, como aquella información que tiende a generalizar los atributos perversos del fenómeno, sobre todo por su amplia capacidad explicativa cuando se relaciona con temas electorales o de partidos políticos.

Otro tipo de problemas a enfrentar de manera frecuente en estudios relacionados con el clientelismo es la alusión a connotaciones morales. Desde ahí, el fenómeno adquiere una valoración negativa, por lo que resulta muy difícil reconocerle otras dimensiones. La reducción de un fenómeno de mayor complejidad al sustantivo de corrupción reduce toda posibilidad de un análisis que muestre la complejidad del fenómeno.

Esta vertiente ha sido abordada por diversos autores (Graziano, 1973; Pizzorno, 1992; Kitschelet, 2000) con ciertas dificultades analíticas al vincular las prácticas informales de las relaciones clientelares (Pizzorno, 1992) con la ilegalidad de la corrupción.

En este texto he optado por abordar el fenómeno de una manera más amplia y comprensiva, razón por la cual el lector no encontrará una perspectiva que explore el concepto a partir de sustantivos y adjetivos con los que suele calificársele.

En términos de aportación al conocimiento, es de mayor relevancia enfocarnos en aspectos relativos a su definición originaria, la conservación o transformación de sus atributos y capacidades, los enfoques teóricos que pueden explicar mejor sus mecanismos y funcionamiento, así como sus límites y capacidades en la democracia mexicana.

Empecemos entonces por un primer y elemental punto de partida: la etimología del término.² En el *Diccionario crítico etimológico de la lengua castellana*, se establece que la palabra “cliente” proviene del latín *cliens*, que significa “protegido o persona defendida por un patrón”; de aquí se deriva “clientela” (Corominas, 1974: 820). Por otra parte, Gómez de Silva (1988: 169) lo define como proveniente del latín *clientem*, acusativo de *cliens* (radical *client*) “cliente, protegido” (sentido implícito: “persona que se apoya en otra”), del indoeuropeo *kli-ent*, “que se apoya”; de *klei-* “apoyarse”.

Como protegido o persona que se apoya en otra, el origen de la palabra proviene de la Roma de régimen republicano, donde si bien el patrón y el cliente no están en una condición de igualdad, sí se necesitan mutuamente.

² Este trabajo ha sido desarrollado en otros textos de la autora. Ver Cruz Parceró (2018 y 2019).

Paul Veyne (1987: 111) caracteriza el término como “vago y engañoso” y refiere que, en la sociedad romana, el término se relacionaba con dos especies de clientela, aquella en la que el cliente tenía la necesidad de un patrono y viceversa, es decir, cuando era el patrono quien buscaba al cliente.

De manera similar, Garnsey y Saller (1991) describen la base del intercambio patronal a partir de “cierto grado de *quid pro quo*”. Para sostener el argumento se basan en el siguiente pasaje de los *Annales* de Tácito:

Los clientes podían incrementar la categoría social de su patrono formando multitudes ante su puerta para la *salutatio matutina* (Tácito, Ann., 3.55), o acompañándole cuando atendía a sus negocios públicos durante el día y aplaudiendo sus discursos ante los tribunales. A cambio, recibían alimentos y *sportulae* (pequeñas sumas de dinero...) y, a veces, una invitación a cenar (Garnsey y Saller, 1991: 181).

En varios pasajes de los *Annales*, Tácito describe los apoyos que daban los clientes en diversos asuntos relacionados con la guerra y el gobierno (Tácito, Ann., I. 57; II.40, 45,55; III. 9, 42,55; IV. 2).

La narrativa recuperada de fuentes de la época alude a tres tipos de relación: las que se daban a partir de la condición de esclavitud como lo anota De Coulanges;³ las que constituían vínculos entre hombres libres que buscaban apoyos en los poderosos para la obtención de cargos públicos, para resolver asuntos judiciales o de tipo económico (*commendatio*); y aquellas que respondían a una forma jurídica.

Se trataba de relaciones cuasipaternales en las que el patronazgo se asumía como una “relación de intercambio recíproco entre hombres de condición social y recursos desiguales” (Garnsey y Saller, 1991: 182).

En una interesante investigación epistolar, Élizabéth Deniaux estudia las cartas de recomendación (*commendatio*) de Cicerón, vinculadas a una práctica denominada *l'amicitia*, referida como un tipo amistad que no necesariamente implicaba una buena relación con quien la recibía sino entre el redactor y el destinatario.⁴ El tipo de relación que se construía con el recomendado reforzaba los vínculos de intercambios recíprocos, así como la influencia, y quien recomendaba podía disponer “de un ‘capital’ de *gratia*” (Deniaux, 1993: 6).

³ En 1864, Fustel de Coulanges (2012) describió a la clientela de la ciudad antigua romana como una extensión de la familia, como una condición que se adquiría cuando se daba el nombre de liberto o cliente a quien por voluntad del amo salía de la condición de servidumbre para recibir un trato de hombre libre, sin por ello dejar de reconocer la autoridad del patrón respecto del cual conservaba deberes.

⁴ Weingrod (1968: 379) se refiere a un texto de Pitt-Rivers, quien define el patronazgo como una forma de amistad desequilibrada, asimétrica o fallida a la que denomina *lop-sided friendship*, caracterizada por ser una figura de jerarquía informal, una especie de red de amistad focalizada en la influencia.

Desde la narrativa de las fuentes originales, resulta claro, como lo deja ver Deniaux, que fueron los romanos los creadores de las palabras patrón y cliente para designar a dos personas socialmente desiguales que establecían relaciones de intercambios recíprocos (Deniaux, 1993: 3).

Para Cicerón, el uso de la palabra patrón o *patronnus*, hacía referencia a la figura del abogado en el tribunal, más que al hombre que ejerce la protección. Deniaux observa que desde los textos que describen las relaciones clientelares en la Roma del fin de la República es posible observar una contradicción entre la regla y el uso del término, lo que no necesariamente implica la debilidad de la institución (Deniaux, 1993: 4-6).

Otro elemento interesante que debemos considerar es que este tipo de relación se encontraba jurídicamente formalizado en la figura de la *fides*, que refiere a un “vínculo que se forma libremente, que compromete la consciencia” (De Coulanges, en Deniaux, 1993: 7).

Además de las funciones de apoyo mutuo, este tipo de relaciones también resultaban de utilidad para conectar los centros de poder con las periferias:

A medida que la provincialización de la aristocracia romana fue avanzando a finales del siglo I y durante el II, cada vez fueron más los provincianos que tenían conciudadanos bien situados en Roma que hacían las veces de mediadores patronales entre ellos y los gobernadores romanos. Esto les proporcionó otros medios de acceder a los beneficios que se distribuían en Roma, así como un medio de influir en los administradores que Roma enviaba a gobernarles (Garnsey y Saller, 1991: 182).

Esta capacidad de vincular el centro con la periferia es referida por Günes-Ayata a partir de las observaciones de autores como Boissevain (1966), Powell, (1970), Weingrod (1968, 1977) y Silverman (1970), quienes consideraron el clientelismo como “un paso adelante en términos de desarrollo político (... al erigirse como) el medio de conectar al centro con la periferia, ayudando a desarrollar la conciencia política cuando la participación política era limitada. El clientelismo hacía que las élites del centro, en competencia por posiciones de poder, contactaran a los líderes locales en búsqueda de apoyo” (Günes-Ayata, 1997: 44).

Se trata así de una función continua en el paso de la historia. Como apunta Hilgers (2012: 7), tanto el Imperio Romano como la Europa feudal se construyeron sobre relaciones de intercambio basadas en el clientelismo. Los reinos precoloniales africanos, los principados de la India, las civilizaciones latinoamericanas y las redes de amistad del sudeste asiático funcionaron a partir de

intercambios donde los líderes convencían a sus seguidores para aceptar su autoridad a cambio de protección, tanto de las fuerzas naturales como de enemigos y de beneficios materiales.

Migdal (1988), por ejemplo, describe cómo los liderazgos de la época posindependentista utilizaron las relaciones con los líderes locales para asegurar la estabilidad política.

Robert Merton (1965) encontró que los Estados contemporáneos se caracterizaban por su incapacidad para asumir tareas de coordinación y conducción, por la complejidad de funciones, mecanismos y el tamaño que adquirían. Incorporó al análisis lo que denominó “estructuras de reemplazo” para referirse a un tipo de estructuras no oficiales que cumplen con la función de complementar las deficiencias funcionales de las estructuras oficiales del Estado y que efectúan las funciones de maquinarias políticas caracterizadas por una forma de organización social estructurada mediante un sistema de liderazgo que organiza, centraliza y mantiene en funcionamiento parcelas de poder diseminadas, lo que permite satisfacer necesidades de diversos subgrupos excluidos de las estructuras sociales legales o morales (Merton, 1965: 126).⁵

La recuperación de las funciones del clientelismo en el curso de la historia de las relaciones políticas permite observar la continuidad de esa capacidad de centralización y descentralización del poder político en aras de hacerlo más funcional. En esa tarea, los liderazgos locales, denominados *brokers* en la literatura contemporánea, han jugado el papel esencial de establecer y mantener bien aceitadas aquellas redes que conectan los nodos de la toma de decisiones políticas y los apoyos.

La observación cobra mayor importancia si ponemos la mira en el tipo de régimen en el que se inscribe la relación clientelar. Para la ciencia política el tipo de régimen define la forma de las relaciones, no obstante, con el clientelismo lo que observamos es que esta categoría analítica no distorsiona la relación base. Es decir, tanto en la Roma republicana, como en los Estados democráticos contemporáneos, ha perdurado esa función del clientelismo, de conectar el centro con las periferias y de constituir cadenas de transmisión de intereses.

Por otro lado, ubicamos también un núcleo perdurable de cualidades esenciales como son la protección y el apoyo. Se trata así del núcleo o la esencia de un concepto que ha sido extraído de su régimen originario para insertarlo en las democracias modernas y contemporáneas.

La perspectiva histórico-política ha permitido documentar el desarrollo de las relaciones clientelares en dos períodos de la historia de Roma, la República y el

⁵ Desde la perspectiva mertoniana, se trata de la organización partidista que controla mediante incentivos (dinero, promesas de cargos) a sus miembros.

Imperio. Es posible descubrir que en su origen las relaciones clientelares se tejían en forma de subordinación del cliente al patrón, pero también los clientes eran un grupo social, el cual una vez liberado de la esclavitud del amo, podían apoyar a los patronos para sostener sus posiciones de poder y obtener prestigio.

No obstante, una diferencia fundamental se encuentra en el tipo de recursos utilizados para cooptar a las clientelas, mientras en la literatura que refiere al origen del concepto, los recursos (monetarios o de prestigio) provienen de los particulares, en el clientelismo contemporáneo los recursos provienen del erario público.

A partir de lo descrito, asumimos que la naturaleza del fenómeno clientelar, es decir, su definición, características y funciones, han perdurado en el transcurrir de la historia, sin embargo, algo fundamental que cambia son las funciones en las democracias contemporáneas y la procedencia de los recursos con los que se tejen esas redes clientelares.

Al pensar en los debates contemporáneos sobre la ciudadanía y la exclusión de amplios sectores de la población, carentes derechos en términos reales, la literatura latinoamericana se ha colocado en un lugar privilegiado por su capacidad explicativa.

La comprensión del fenómeno clientelar desde la literatura latinoamericana resulta de una aportación invaluable frente a aquellas perspectivas de corte más institucional y formalista que lo ubican en la esfera de la perversión de las relaciones sociales y políticas.

¿Cómo hemos llegado a este tipo de bifurcación? Es necesario partir de un recorrido por las disciplinas que lo han estudiado. Lo que se busca es comprender hasta dónde lograron avanzar los enfoques antropológicos, sociológicos y los de la ciencia política.⁶

En estas coordenadas del análisis, los estudios antropológicos anglosajones se erigieron en los años sesenta como fuentes relevantes de consulta para el estudio de las relaciones clientelares,⁷ pero han sido ampliamente superados por conocimientos

⁶ Un gran aporte para esta revisión es el libro de Vommaro y Combes (2016).

⁷ Aportes relevantes desde la antropología fueron los de Boissevain (1966), quien estableció una distinción conceptual muy clara entre el parentesco, por un lado, y el patronazgo y la amistad, por el otro, donde la primera es adscriptiva —el pariente no contrata necesariamente un servicio recíproco; el servicio que se provee no pone al pariente al que se apoya bajo una obligación— y el patronazgo es una relación voluntaria que se funda en relaciones de reciprocidad entre patronos y clientes, en la cual un favor o servicio prestado crea una obligación que debe ser retribuida sobre las bases de un *quid pro quod*; si no se satisface la retribución, la relación se da por terminada. El patrón es quien usa su influencia para proteger a la persona que cumple el papel de cliente, como en la Roma de la antigüedad. Aquí se trata de una relación asimétrica por el tipo de recursos que se intercambian. Desde la perspectiva antropológica, se indaga cómo personas con recursos de autoridad desiguales se vinculan mediante lazos de interés y amistad y manipulan sus relaciones para conseguir los fines que se han propuesto (Weingrod, 1968: 379).

construidos a partir de análisis provenientes de la sociología y de la ciencia política; particular impulso dieron a los estudios los acercamientos de Auyero desde la etnografía política.

Desde la antropología es relevante su capacidad de observar configuraciones heredadas de las sociedades antiguas, tales como la familia o el parentesco, que pasaron de ser formas más o menos carentes de vida a elementos centrales del tejido social, base y motor de funcionamientos, dinámicas y lógicas internas, descritas por Imízcoz (2001: 22). La limitante de esta perspectiva es que se detuvo en el estudio del individuo y las pequeñas unidades, tales como la familia y la comunidad.

La entrada al escenario de análisis del Estado en las sociedades modernas evidenció los límites de los estudios antropológicos (Günes-Ayata, 1997: 47).

Posterior a la herencia antropológica, Robert K. Merton (1965), desarrollaría, desde la sociología, un concepto clave: las “estructuras de reemplazo”.⁸ En efecto, después de las aportaciones de la antropología de los años cincuenta, centradas en el estudio de las relaciones comunitarias y la descripción de los lazos individuales que ahí se tejían, encontramos un punto de inflexión cuando Merton, al estudiar las funciones de la maquinaria política, describió cómo las deficiencias funcionales de la estructura oficial generaban lo que él denominó “estructuras de reemplazo” (no oficiales) para satisfacer las necesidades existentes. Autores contemporáneos han construido conceptos similares cuyo núcleo explicativo es posible encontrar en Merton,⁹ quien revisó las funciones comunes de la maquinaria política como un tipo de organización social estructurada mediante un sistema de liderazgo cuya función es organizar, centralizar y mantener en funcionamiento *parcelas de poder diseminadas*. Esa centralización del poder permite satisfacer las necesidades de diversos subgrupos excluidos de las estructuras sociales legales o morales (Merton, 1965: 126). Para comprender la función de este sistema de liderazgo, analizó dos tipos de variables sociológicas: el contexto estructural y los grupos. En la revisión de la primera variable describió la dispersión constitucional del poder, producto de la particular organización política norteamericana en la que la acción generada se veía limitada y circunscrita a consideraciones legales. En virtud de lo anterior se desarrollan dos tipos de sistema: por un lado, el de la ley y, por el otro, el de una ilegalidad de la democracia no oficial como contrapeso del legalismo de la

John Foster (1972), quien estudió la comunidad michoacana de Tzintzuntzan, encontró relaciones de compadrazgo, vecindad y amistad, y destacó la reciprocidad como principio integrador. También señaló que este tipo de relaciones podían ser simétricas o asimétricas, dependiendo del estatus.

⁸ Ver (Briquet, 1998), quien recupera esta aportación de Merton.

⁹ Kenis y Schneider (1991: 27) han aludido a infraestructuras políticas informales por fuera de los canales convencionales. Messner refiere áreas de intersecciones para dar cuenta de este tipo de estructuras (Messner, 1999: 101).

democracia oficial. Se trata de una especie de antídoto generado por el mismo sistema político, de acuerdo con el cual, como el liderazgo resulta necesario y no puede desarrollarse dentro del marco constitucional, se genera desde fuera bajo formas densas e irresponsables (Merton, 1965: 127). En términos más generales: “las deficiencias funcionales de la estructura oficial engendran una estructura de reemplazo (no oficial) para satisfacer de manera más eficaz las necesidades existentes” (Merton, 1965: 128).

Las necesidades existentes se refieren no a los grandes y abstractos problemas de la política, sino a problemas privados que son concretos e inmediatos. La maquinaria funciona gracias a estas relaciones directas, casi feudales, dice este autor, entre representantes locales de la maquinaria y los electores de la colonia. “La política se transforma en lazos personales” (Merton, 1965: 128); se trata de la personalización de los mecanismos generados en sociedades esencialmente impersonales donde la maquinaria política satisface necesidades que la estructura oficial satisface de una manera diferente e inadecuada. El aparato político del *jefe* o *boss* permitía el reemplazo de funciones en términos de eficacia; racionalizaba las relaciones entre los asuntos públicos y los privados, como si de una especie de embajador se tratara, el cual, conforme a la dinámica comercial, percibía buena remuneración por los servicios dados a los clientes (Merton, 1965: 130-131).

Dado que la demanda de privilegios especiales forma parte de la estructura de la sociedad, el *boss* satisface funciones diversas para este segundo grupo en la búsqueda de privilegios. Estas “necesidades” tal y como se dan, no quedan satisfechas de manera adecuada por las estructuras sociales “convencionales” y “socialmente aceptadas”; la organización extralegal y más o menos eficaz de la maquinaria política está ahí para otorgar esos servicios (Merton, 1965: 131).

La aportación de Merton es fundamental tanto para la sociología como para la ciencia política, ya que permite analizar esas formas de intermediación como la base a partir de la cual se estructura el mismo sistema político. Desde esta perspectiva, se busca adoptar una postura funcional que permite comprender la maquinaria política y sus *estructuras de reemplazo*.

Con ello, la ciencia política desplaza el interés por los sujetos y las relaciones interpersonales al terreno de los actores institucionales, y el clientelismo se convierte tanto en causa como en consecuencia del subdesarrollo, “y será declinado junto a temáticas y conceptos tales como corrupción, ‘neopatrimonialismo’ (indiferenciación de los recursos privados y los del Estado) y ‘familiarismo amoral’ (un *ethos* de permisividad normativa para las acciones estratégicas del propio grupo), entre otros” (Kessler, 2016: 10).

Los mecanismos tradicionales observados por los antropólogos en las pequeñas comunidades o en una escala de relaciones interpersonales como compadrazgo, vecindad, amistad, legitimación, obligaciones, reciprocidad, retribución, asistencia, protección, interés, influencia, intercambio, contactos informales y/o redes, pasaron a formar parte de estructuras institucionales complejas que se insertaron en el Estado como las “estructuras de reemplazo” descritas por Merton.

Para Briquet y Sawicki (1998), el fenómeno clientelar contiene ciertos rasgos que más que obstáculos, se ven como parte de los mecanismos mediante los cuales las instituciones pueden incorporar las demandas y necesidades de una gran diversidad de grupos e intereses en una lógica de eficiencia institucional. Desde esta perspectiva, lo que se busca es abrir líneas que permitan generar una serie de reflexiones concernientes a la naturaleza del fenómeno clientelar (Médard, 1998: 307-308).

Lo expuesto permite afirmar que el clientelismo sigue siendo un concepto vigente y que, desde esta última perspectiva, le auguramos una larga vida.

De acuerdo con Carl Landé, se trata de un concepto *addenda* que lo hace compatible y complementario con las formas institucionales modernas, pues acepta el reconocimiento de espacios de informalidad ahí donde los marcos constitucionales o de la legalidad no logran satisfacer todas las necesidades de la comunidad y de sus miembros (Günes-Ayata, 1997: 46).

Si bien considera entre sus características los vínculos verticales, los complementa con diadas verticales y horizontales; en las primeras, numerosos clientes están ligados a un patrón, mientras que en las horizontales se conforman redes que se entrelazan y superponen y ningún individuo en particular es siempre el líder (Landé, 1983: 447).

Estos mecanismos funcionales, complementarios y relacionales constituyen el núcleo analítico de los estudios desarrollados desde la literatura contemporánea, y en particular la latinoamericana. Destacan los trabajos de Jean-Francois Médard (1976, 1991, 1998) quien ubicó los estudios del clientelismo en las sociedades mediterráneas; Briquet y Sawicki (1998), quienes coordinan estudios de la vida clientelar desde diversas latitudes para identificar mecanismos de concertación e intermediación gubernamental; Combes y Vommaro (2016), quienes desarrollaron una amplia revisión sobre la génesis, los actores y las perspectivas europea y latinoamericana.

En la literatura latinoamericana se encuentran trabajos fundamentales como los de Javier Auyero (1997, 2012a, 2016), quien ha enfatizado las limitaciones de los trabajos sobre el clientelismo para mostrar su dimensión subjetiva, o de las confusiones en la literatura académica para distinguir entre el tipo de recursos intercambiables y la explicación de las interacciones, así como del papel de los *brokers*, entre otras aportaciones. Robert Gay (1998), quien descubre la capacidad de las

redes para la generación de bienes colectivos. Durston (2005) aborda el tema del capital social en sus dimensiones individual y colectiva e incorpora el plano simbólico (conocimientos, normas, valores), Emmanuelle Barozet (2003) describe la personalización de los beneficios estatales capitalizados políticamente o Lujan Veron (2017) para quien el clientelismo es más que un elemento disfuncional de la política.

Un gran aporte de la ciencia política es, sin duda alguna, la comprensión de lo clientelar como función complementaria y de actuación en aquellos espacios de poder donde el Estado ha dejado de intervenir. Por otra parte, la perspectiva antropológica deja anotado que los vínculos personalizados no desaparecen, todo lo contrario, la naturaleza de la relación clientelar, fundada en lazos de confianza, se traslada a espacios más complejos y se inserta en estructuras institucionales que, en las sociedades modernas van a cumplir la función de *estructuras de reemplazo*.

Una de las diferencias que señaló Weingrod entre los enfoques antropológico y el de la ciencia política, es que mientras que para el primero se trataba de un tipo de relación social, el segundo designaba una característica de un sistema de gobierno (Briquet, 1998: 18); Auyero lo refiere como un “rasgo de gobierno” o característica de un partido político (Auyero y Benzecry, 2016: 224-225).

El clientelismo desde el enfoque antropológico es un vínculo que se da en el seno de las familias o de las comunidades pequeñas, pero cuando las sociedades se vuelven más complejas, el clientelismo se transforma. De acuerdo con Merton, ese conjunto de mecanismos permite dar salida a demandas que no pueden ser procesadas por los canales institucionales oficiales.

Esta forma de acercamiento a la comprensión del fenómeno clientelar contiene, a nuestro juicio, una mejor capacidad explicativa que aquellas aportaciones tan relevantes para la ciencia política de los años setenta, como las de Scott y Tarrow, que preconizaban que las oleadas democráticas y la apertura de la competencia electoral constituían mecanismos que terminarían por eliminar las prácticas clientelares, ya que la emancipación electoral y la competencia partidista dotaban a los clientes de una opción distinta a la relación que en ese momento mantenían con el patrón. En similar sentido, autores como Lipset y Rokkan (1967) hablaban de grupos de influencia y poder en el nivel local y proponían que los procesos democratizadores generaban una competencia política que tendía a sobreponerse de manera paulatina a los viejos grupos que ejercen influencia.

Los enfoques de los últimos 30 años comprendieron que la competencia política en escenarios de mayor pluralidad no podía constituir una variable explicativa como lo preconizaron estudios previos. Lo que se advierte es que la competencia democrática y el surgimiento de mayores opciones profundizaron los mecanismos

de competencia por las clientelas, donde estas últimas salieron fortalecidas al contar con mayores espacios para negociar sus apoyos.

Desde esta atalaya, el fenómeno clientelar permite evidenciar la existencia de ciertos mecanismos mediante los cuales las instituciones pueden incorporar las demandas y necesidades de una gran diversidad de grupos e intereses en una lógica de eficiencia institucional (Briquet y Sawicki, 1998).

A partir de la comprensión de las transformaciones históricas, las connotaciones disciplinares y los mecanismos que hacen funcionales a las relaciones clientelares en las democracias contemporáneas y, comprendiendo que estamos ante un fenómeno en constante transformación, resulta necesaria una revisión conceptual para determinar de qué estamos hablando cuando nos referimos a las relaciones de tipo clientelar o al clientelismo.

Aquí sostenemos que la naturaleza del fenómeno no ha cambiado. Siguiendo a Bachelard, no podríamos inventar una nueva forma de nombrar a un tipo de relación que ha perdurado al paso de la historia toda vez que uno de sus núcleos etimológicos continúa vigente: el apoyo. Es en los cambios relacionados con el tipo de régimen, los mecanismos de control de intermediación, las figuras portadoras de esas relaciones y el tipo de recursos que se intercambian donde deberíamos centrar la reflexión.

Lo anterior, siempre y cuando optemos por estudiarlo desde una perspectiva no normativa y comprendamos que en los regímenes democráticos la competencia se ha extendido a mayores espacios de poder y hacia una pluralidad de actores, y que aquellas definiciones que fueron ampliamente utilizadas y difundidas con anterioridad a los trabajos de los años setenta resultan hoy en día poco operables en la realidad.

Repasemos una de estas definiciones clásicas en la voz de Jean-Francois Médard:

La relación de clientela es una relación de dependencia personal que no está vinculada al parentesco, que se asienta en intercambios recíprocos de favores entre dos personas, el patrón y el cliente, los cuales controlan recursos desiguales (...). Se trata de una relación bilateral, particularista y borrosa (...); de una relación de reciprocidad (...) que supone un intercambio de beneficio mutuo entre socios desiguales (Médard, 1976: 103-119).

Una anotación destacada por el autor cuestionaba una mayor utilización del concepto en el espacio electoral del intercambio de votos por favores, bienes y/o servicios, dejando de lado otro tipo de intercambios: económicos, políticos,

religiosos, psicológicos, militares, judiciales, administrativos, educativos, etcétera (Médard, 1976: 117).

A partir de una revisión posterior, este mismo autor enfatizaba que para comprender su naturaleza resultaba necesario interpretar el clientelismo en el marco de la sociología del intercambio social y de la antropología del don,¹⁰ lo que permite entender el fenómeno, no solamente como una mera manipulación de los dominadores a los dominados, sino también observar las aspiraciones y exigencias de estos últimos (Médard, 1998: 309).

Jean-Louis Briquet (1998) ha propuesto deshacernos de perspectivas de análisis de la burocracia racional, como la de L. Graziano, desde las cuales la noción de clientelismo, al escapar de las formas de arreglos públicos y remitir las relaciones a una serie de acuerdos privados que se dan fuera de lo institucional, obstaculizan lo que ha sido denominado la modernización. Para este autor se trata de una especie de lógica formal en la cual el diseño institucional obedece a un orden legal-racional y, por otro lado, el escenario político real en el que se construye lo informal. Lo interesante de la revisión de Briquet es que las formas clientelares actúan como mecanismos que dotan de funcionalidad a un aparato estatal cuyas dimensiones actuales rebasan sus capacidades de orden y regulación.¹¹ Para estudiarlo no basta solamente orientar el análisis hacia la descripción de sus aspectos dinámicos, es necesario también diferenciar las formas de participación y movilización de grupos cuyos intereses colectivos se encuentran estructurados en los marcos de los procedimientos racionales de la negociación política.

En un contexto democrático, lo que hace el clientelismo es fortalecer el poder de negociación de los clientes frente a *brokers* y patrones (Piattoni, 2001), pero, además, la competencia electoral promueve la ampliación de redes clientelares desde el ámbito local, mediante relaciones personalistas y jerárquicas, hacia la maquinaria política del ámbito nacional (Kitschelet y Wilkinson, 2007). En un contexto democrático el clientelismo evoluciona como formas de intercambio más simétricas (en vez de asimétricas), intermitentes (en vez de estables y continuas), instrumentales-racionales (en vez de normativas) y mediadas por *brokers* o intermediarios (en vez de intercambios cara a cara) (Kitschelet y Wilkinson, 2007: 4).

¹⁰ Médard refiere la obra de Marcel Mauss, *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, l'Année Sociologique, 1925.

¹¹ Estudios sobre la modernización en Italia como los de Graibaudi permiten observar otra cara del clientelismo: como participante en la transformación de las estructuras tradicionales al convertirse en mediadores entre el universo local y los centros de decisión pública a nivel nacional. Las formas de relación clientelar se han modificado, de suerte que han permitido la instauración de procedimientos más modernos en la acción pública (citado por Briquet: 29).

En términos de Merton y Briquet, lo que hacen las redes clientelares es asumir roles de coordinación y conducción que por la complejidad de funciones, mecanismos y tamaño, los Estados contemporáneos no pueden asumir y más allá de esto, lo que Javier Auyero ha colocado en la reflexión como un tema fundamental es la transformación del clientelismo en formas de acción colectiva desde dos perspectivas: redes cuyo mal funcionamiento hace colapsar y transforma la reciprocidad en rivalidad, o redes clientelares bien aceitadas, en buen funcionamiento que soportan la acción colectiva.

En estos estudios, las redes verticales no necesitan romperse para que la acción colectiva emerja; algunos de sus actores claves (patrones, mediadores y/o clientes) pueden, por muchas razones –desde amenazas a acuerdos actuales o intentos de mejorar la posición en el campo político–, llegar a organizar la acción colectiva, que en algunos casos puede ser violenta¹² (Auyero, 2012: 22-23).

En términos generales, los atributos asignados a las relaciones clientelares: patrimonialistas, personalistas, asimétricas, residuos de las formas sociales tradicionales, como signos de disfunción de las instituciones o patologías del sistema político, limitan nuestro margen de visión e impiden verlo como una de las tantas formas de acción colectiva o coordinación social con algún potencial para transformarse en formas de capital social.

Al llegar a este punto, interesa recuperar varias ideas. En primer lugar, la naturaleza del fenómeno en términos de relación de intercambio y a partir del establecimiento de relaciones que se dan por la confianza interpersonal; en segundo lugar, su función en términos de *estructuras de reemplazo*; y, en tercer término, la limitación de los enfoques normativos que no permiten observar otras caras del fenómeno y desde donde se abren nuevas rutas para comprender las funciones que cumple un fenómeno que ha persistido durante siglos en la historia de la humanidad.

Pensamos que los enfoques tradicionales ocultan los mecanismos que se mueven en las redes, mismos que soportan la acción colectiva. Es por ello que para avanzar en el estudio de lo clientelar resulta relevante recuperar esta perspectiva.

Si de acuerdo con Ostrom y Ahn (2003), la esencia de la perspectiva de capital social/acción colectiva consiste en analizar los factores que afectan la capacidad de los individuos para resolver problemas de acción colectiva relacionados con el

¹² Para los fines de esta propuesta de investigación resultará importante agregar la revisión de una categoría como *dark network*, referida a redes delincuenciales.

desarrollo económico y político,¹³ resulta relevante ver los mecanismos de coordinación social inmersos en las relaciones clientelares a fin de determinar la medida en la que limitan, promueven o facilitan la capacidad de los individuos y/o las asociaciones para resolver esos problemas de acción colectiva. Cuando Ostrom se pregunta por qué algunas instituciones han tenido éxito en superar la lógica de la acción colectiva y otras no, encuentra algunos factores en los diseños institucionales que influyen en este comportamiento: límites de la institución claramente definidos, participación de las partes afectadas en el establecimiento de reglas, sanciones graduales para los infractores, y disponer de mecanismos de bajo coste para la resolución de conflictos (Ostrom, 2011).

¿Cuáles son entonces los rasgos que deberíamos identificar para aplicar el concepto de clientelismo a una determinada relación? Aunque la pregunta no es sencilla, hay varias marcas en el camino que nos pueden guiar.

En principio, y recuperando el núcleo etimológico, cuando nos referimos al clientelismo es necesario identificar una relación en la que existan dos actores fundamentales, el cliente o protegido que recibe el apoyo y un patrón que lo otorga. Desde este núcleo epistemológico es indudable que el concepto ha conservado su naturaleza,¹⁴ la cual se sostiene a partir de distintos mecanismos y adquiere funciones distintas dependiendo del tipo de régimen en que se inscribe. En las democracias contemporáneas, tanto el nivel de competencia como la disponibilidad de recursos públicos son elementos que no deberían omitirse en las referencias al concepto.

Adicionalmente, resulta necesario observar el tipo de redes que se tejen en las relaciones clientelares, es decir, si se distribuyen de manera jerárquica u horizontal. Ello es relevante cuando abordamos el concepto en alusión a formas que tienden a concentrar los recursos de manera personalizada o a su expansión de manera colectiva. Con Médard (1976, 1998) comprendimos que se trata

¹³ Como concepto, el capital social permite, por un lado, delinear las capacidades de la acción colectiva construidas sobre las bases materiales y simbólicas que circulan en las redes sociales, a partir de las cuales se construyen y refuerzan los lazos de confianza necesarios para su reproducción; y por el otro, dar cuenta de las relaciones entre el aumento del capital social y mejoras en las condiciones económicas, mayor desarrollo de la ciudadanía y desarrollo democrático, temas sin lugar a dudas relevantes en el contexto latinoamericano y sobre los cuales se ha refrescado el debate.

¹⁴ En un artículo de 1983, Carl Landé observaba que la mayoría de los estudios dedicados al clientelismo en ese momento se relacionaban con la naturaleza cambiante del fenómeno. No obstante, a lo que se apuntaba no era a la naturaleza del clientelismo sino a su presencia en distintos sistemas políticos con distintas formas de distribución de los recursos o a diferentes etapas de desarrollo económico y social. A partir de estas coordenadas se asumían los cambios en la naturaleza del fenómeno que dieron paso al desarrollo de tipologías. Como lo hemos apuntado aquí, consideramos que lo denominado clientelismo por su naturaleza, o sus características primigenias no ha cambiado, sino su implantación en los distintos regímenes y épocas.

de una relación que puede ser al mismo tiempo voluntaria y obligatoria y que se funda en la confianza.

Para Landé se trataba de alianzas diádicas horizontales que producen combinaciones de diferentes formas y tamaños, despliegan distintos grados de intensidad, durabilidad, afecciones, exclusividades y competitividades (Landé, 1983: 440).

Otros elementos que hacen más compleja su observación se relacionan con los grados de subordinación o autonomía. Desde la perspectiva de Fox resulta claro que la relación de intermediación implica la subordinación política vía el intercambio de recompensas materiales (Fox, 1994: 153), aunque es también necesario revisar, desde la perspectiva de Auyero, que los intercambios también pueden ser simbólicos.

► El clientelismo como una institución informal en la democracia

La literatura latinoamericana sobre clientelismo e instituciones atribuye a Guillermo O'Donnell un importante giro a las perspectivas hasta entonces estudiadas, ya que logró situar el debate en términos de democracias formal e informalmente institucionalizadas. Para este autor, si bien las relaciones clientelares se circunscriben al ámbito de lo informal, resultan en un tipo de prácticas fuertemente operativas que ocupan los espacios de las instituciones formales, junto con varios patrones de acceso directo y altamente desagregados en el proceso de formulación de las políticas (O'Donnell, 1993: 8).

Un escrito que abordó este importante tema desde 1988 fue el de Larissa Lomnitz, quien propuso un modelo teórico que estudiaba los intercambios informales a partir de los excesivos controles burocráticos y de comprender que las actividades informales respondían a la superposición de transacciones sociales que obedecían a una lógica simbólico cultural que difería de la racionalidad económica de la ideología formal del Estado.

Tanto en este texto como en algunos previos, de principios de los años setenta, destacaba para la autora la importancia de comprender las reglas o estructuras culturales que rigen el parentesco y la amistad en el funcionamiento de la economía y el Estado.

Lomnitz y O'Donnell resultan autores fundamentales para las investigaciones que con posterioridad desarrollarán Javier Auyero (1997, 2002, 2012), Auyero y Benzecry (2016), Robert Gay (1998), así como a Helmke y Levitsky (2006), a quienes interesó la manera en que las reglas informales coexisten con las instituciones formales de la democracia y la forma en que afectan su calidad y estabilidad fuera de lo que Lomnitz describió como la rivalidad ideológica que reconoce y reclama la lealtad del individuo (Lomnitz, 1988: 45).

Con Helmke y Levitsky se plantean cuestionamientos relevantes sobre la forma de interacción entre instituciones formales e informales y las fuentes de estabilidad de las instituciones informales, entendiendo estas últimas como reglas socialmente comparadas, usualmente no escritas, que son creadas, comunicadas y reforzadas fuera de los canales autorizados de manera oficial (Helmke y Levitsky, 2006: 5). Tienen cuidado para no asimilarla a la cultura, por lo que las definen en términos de expectativas o creencias y las diferencian de las organizaciones.

Aportaron una tipología de las relaciones entre instituciones formales e informales a partir de dos dimensiones, el grado de convergencia entre instituciones formales e informales y la efectividad de las instituciones formales. Ambas dimensiones producen cuatro tipos de instituciones: complementarias, acomodaticias, sustitutivas y competidoras (Helmke y Levitsky, 2006: 13-14).

La distinción es relevante porque permite ubicar las relaciones clientelares en los linderos de estas tipologías.

Ambos autores plantean también retos metodológicos relevantes, ¿cómo identificar, medir y comparar “reglas del juego” que no están escritas y que en la mayoría de los casos permanecen ocultas a la visión pública?

Otra de las virtudes del enfoque es el cuidado que ponen al no inscribirse en la corriente generalizada que destaca sus efectos corruptores y erosionadores de la calidad de las instituciones democráticas, sino que también destacan el doble papel que algunos autores les atribuyen y, en algunos casos, hasta efectos positivos.

Tanto el doble papel como sus efectos positivos constituyen líneas de investigación que permiten comprender la perdurabilidad de este tipo de instituciones informales en aquellos espacios descritos por O'Donnell como borrosos donde se percibe una ciudadanía de baja intensidad, en particular espacios de gente pobre o minorías raciales que no cuentan con una adscripción a la ciudadanía incluyente.

Esta última temática tiene un gran potencial de investigación y es donde se han colocado los estudios del clientelismo de los últimos años.

El estudio de las relaciones clientelares en el marco de las instituciones informales de la democracia permite, por un lado, restarle centralidad al dilema que ubica al clientelismo como factor limitante y corruptor de nuestras democracias y, por otro, comprender su refuncionalización en contextos de mayor pluralidad, donde la competencia por las clientelas dota a los clientes de mayores opciones para elegir.

También aporta definiciones conceptuales y metodológicas necesarias como por ejemplo comprender que acciones como la compra de votos, el soborno, la corrupción¹⁵

¹⁵ Para Médard, el clientelismo político no se contrapone a la corrupción, sino que es una de sus formas. Distingue como dos modalidades analíticas distintas: la corrupción como intercambio social (arquetipo del

y la violencia, constituyen otro tipo de instituciones informales que pueden no estar presentes. De acuerdo con Fox, el clientelismo constituye una, entre diversas estrategias para el uso de recursos materiales con fines de manipulación (Fox, 2012).

Analíticamente, resulta necesario diferenciar entre figuras portadoras de la relación (caciquismo, caudillismo, patronazgo, compadrazgo, amiguismo) y el núcleo que define la relación; en ninguno de los casos, las figuras portadoras definen la relación clientelar.

Investigaciones recientes del clientelismo latinoamericano destacan por descentralizar el tema de la corrupción y comprender la consolidación de relaciones informales donde los actores adquieren mayores capacidades de negociación y con ello la relación clientelar se percibe menos jerárquica y más horizontal; hay algo más allá que corrupción en las relaciones clientelares.

En contextos de mayor pluralidad no resultan tan claras las relaciones asimétricas y jerárquicas atribuidas al clientelismo tradicional. Quizá sea este uno de los elementos que han llevado a otros autores a replantear la vigencia del concepto y a nosotros a recordar que en su núcleo etimológico la acción de “apoyar” recupera vigencia.

Por otro lado, las clásicas figuras portadoras y articuladoras de las relaciones clientelares se perciben desdibujadas en ciertos contextos, principalmente los urbanos. Figuras como los caciques y caudillos¹⁶ asociados al ámbito rural en México (Bartra *et al.*, 1975) han perdido capacidad explicativa para ser sustituidos por figuras como los *brokers* o personas cuya actividad es la intermediación política por poseer, entre otras habilidades, la de conectar los circuitos de las demandas con la satisfacción de las mismas.

Desde las instituciones informales, los compromisos entre las clientelas y los intermediarios se redefinen en marcos de entendimientos regulados en la misma informalidad.

► Perspectivas teóricas en los estudios del clientelismo

Aludiremos aquí a tres enfoques que nos parecen importantes dadas sus aportaciones a la comprensión del fenómeno: *a)* el enfoque de la elección racional y del neoinstitucionalismo, *b)* la teoría de redes y *c)* la teoría de la acción colectiva.

clientelismo) y la corrupción como intercambio económico. Sin pasar por alto que en el intercambio social también hay intercambios económicos, el social no se reduce al económico. En este sentido, el autor prefiere aludir a prácticas patrimoniales que pueden o no reconocerse en la corrupción (Médard, 1998: 308).

¹⁶ El tema se trata con mayor profundidad en el segundo capítulo.

Antes de revisar algunos de los postulados fundamentales de cada perspectiva, es importante aclarar que los compartimentos asignados con fines metodológicos no necesariamente resultan tan puros en la realidad. Como apuntaba Médard, fenómenos que a simple vista parecen contrapuestos pueden vincularse en la realidad mediante una diversidad de mecanismos y redes de interconexión. Lo que nos corresponde hacer es identificar esa diversidad de mecanismos que desde la teoría resultarían incompatibles.

A partir de esta aclaración, revisemos los enfoques.

Elección racional y neoinstitucionalismo

Tanto la perspectiva teórica del institucionalismo como su revisión desde el neoinstitucionalismo, tienen una importante capacidad explicativa. No obstante, toda vez que su planteamiento originario proviene del campo económico, ha suscitado cierta suspicacia en términos de su capacidad explicativa para los fenómenos políticos.

De acuerdo con Schmitter (2009), las ramas que sostienen los enfoques del institucionalismo y neoinstitucionalismo provienen de dos grandes aportes de la teoría clásica. El institucionalismo racional surge de la teoría económica, fuente que North reconoce desde la introducción a su texto sobre instituciones y cambio institucional (North, 2012: 13). Otro de los enfoques, el institucionalismo histórico-sociológico tiene raíces muy profundas en lo que el autor denomina “constitucionalismo sociológico” de paternidad aristotélica, que posterior a la Segunda Guerra Mundial será etiquetado como un enfoque de sociología histórica-política.

Para North, las instituciones son las reglas del juego en una sociedad o aquellas “limitaciones ideadas por el hombre que dan forma a la interacción humana” (North, 2012, 13). Desde el neoinstitucionalismo, en términos de lo que destacan March y Olsen (1984), lo que se busca es comprender roles de mayor autonomía en las instituciones políticas y en la toma de decisiones más allá de concebirlas como simples espejos de las fuerzas sociales.

Para Hall y Taylor (1997), desde el neoinstitucionalismo se busca comprender cómo las instituciones afectan el comportamiento de los individuos. El institucionalismo histórico reconoce la “perspectiva del cálculo racional” y la “cultural” que atienden tres asuntos fundamentales: *a)* el comportamiento de los actores, *b)* el rol que desempeñan las instituciones y *c)* las razones de su perdurabilidad.

Desde el enfoque de la elección racional se atiende la reducción de los costos de transacción y se considera la vida política como una serie de dilemas de acción colectiva, definidos como situaciones de maximización en las que

se busca la obtención de beneficios o resultados individuales en detrimento de los colectivos (Hall y Taylor, 1997). Sobre esta perspectiva, las investigaciones de Ostrom (Ostrom y Ahn, 2003; Ostrom *et al.*, 2008 y Ostrom, 2011) han permitido comprender que la racionalidad individualista también genera beneficios colectivos.¹⁷

Desde el institucionalismo sociológico se busca explicar por qué las instituciones adoptan un conjunto de formas, procedimientos o símbolos institucionales, insistiendo en la difusión de esas prácticas. Además de los temas que interesan a la ciencia política (reglas, procedimientos y normas formales), importa el conjunto de sistemas simbólicos, esquemas cognitivos y modelos morales que constituyen los “marcos de significación” que guían la acción humana (Hall y Taylor, 1997: 482).

A partir de las revisiones de los primeros autores que trabajaron desde el institucionalismo, March y Olsen (1984) ampliaron la visión sobre el papel de las instituciones en sus espacios de formalidad e informalidad y, posteriormente, con Ostrom (2005) en términos de las interacciones que acontecen en el espacio de la reducción de la incertidumbre y la cooperación.¹⁸

Con March y Olsen se revalora el institucionalismo al considerar la autonomía relativa de las instituciones políticas. Desde aquí, se elimina el énfasis que puso el viejo institucionalismo en varios temas: la dependencia de la política de la sociedad en favor de una interdependencia entre instituciones sociales y políticas relativamente autónomas; la simple primacía de los procesos micro y la eficiencia de la historia en favor de procesos con mayor complejidad y la limitación de la historia para comprenderlos; las metáforas centradas en la elección y los resultados de la asignación para revalorar otras lógicas de la acción y la centralidad del significado y la acción simbólica (March y Olsen, 1984: 738).

¹⁷ En el gobierno de los recursos de uso común, Ostrom identifica algunas características o principios en el diseño que se relacionan con la robustez de largo plazo de las instituciones para administrar los recursos de uso común, entre ellos: límites bien definidos, equivalencia proporcional entre beneficios y costos, acuerdos de elección colectiva, monitoreo, sanciones graduadas, mecanismos de solución de conflictos, reconocimiento mínimo de derechos y empresas anidadas (Ostrom, Poteete y Jansen, 2008: 200-202).

¹⁸ Al respecto, puede revisarse el marco de análisis propuesto por Ostrom (2005) sobre lo que identifica como diversas capas de comportamientos universales que crean la estructura que afecta el comportamiento humano y los productos que genera, me refiero a su modelo de IAD (por sus siglas en inglés) o de Análisis y Desarrollo Institucional. Se trata de un marco complejo y completo que parte de entender a las instituciones como las prescripciones usadas por los seres humanos para organizar todas las formas de interacciones repetidas y estructuradas, incluidas las relacionadas con familia, vecinos, mercado, empresas, ligas deportivas, iglesias, asociaciones privadas y gobiernos en todas las escalas.

Acción colectiva y enfoque de redes

Una de las escuelas fundacionales en el estudio de los movimientos sociales, la escuela de Chicago,¹⁹ recuperó la acción colectiva a partir de las tensiones, frustraciones y privaciones que sufren los individuos que los llevan a participar en acciones colectivas en la búsqueda de nuevos modelos de relación social. Las motivaciones personales relacionadas con la insatisfacción constituyen hoy en día categorías que se incorporan en el análisis de lo que mueve a los individuos para organizar la acción colectiva.

Con Ostrom y Ahn (2003) se aprecia que el enfoque de redes se relaciona con el surgimiento de un segundo momento en la comprensión de las teorías de la acción colectiva. En la primera generación –los autores representativos son Olson y Hardin– se concibe un individuo atomizado, egoísta y totalmente racional. La herramienta metodológica en la que se apoyan es la teoría de juegos estándar no cooperativos donde los individuos no logran beneficios conjuntos cuando se les deja solos, de ahí que requieran la intervención de alguna autoridad externa, la provisión de incentivos selectivos o la privatización para resolver problemas.

Las teorías de segunda generación²⁰ reconocen la existencia de múltiples tipos de individuos y utilizan la teoría conductual (problemas de las motivaciones sociales) o evolutiva de los juegos (problema de las preferencias endógenas).

Entre las teorías de segunda generación, el enfoque de la coordinación social mediante redes, permite observar una serie de relaciones en las sociedades contemporáneas, frente a las cuales los enfoques tradicionales se han visto rebasados. Este enfoque se centra en las relaciones y no en los atributos de los elementos, trata con datos relacionales, entendidos como los vínculos específicos existentes entre un par de elementos (Molina, 2001: 13).

Las teorías de segunda generación constituyen una herramienta muy poderosa y de gran utilidad para los estudios sobre capital social donde se observa que la vida social contemporánea se expresa en una densidad significativa de actores y, en consecuencia, la coordinación social ya no puede entenderse exclusivamente a partir de un ordenamiento jerárquico (Lechner, 1997) sino de un sistema de redes, entendidas como aquellos espacios donde los individuos interactúan en la búsqueda de obtener beneficios (Lin, 1999).

¹⁹ Ver Collins (1996) sobre el interaccionismo simbólico, Turnes y Killian (1957), Parsons (1968), Merton (1974), Smelser (1989).

²⁰ Ostrom y Ahn (2003) ubican en esta generación las siguientes referencias: Bowles (2006, 2008), Gintis (2001), Güth (1998), Henrich (2004, 2005, 2006), Ostrom (2000, 2001, 2003, 2005, 2006, 2011), Yaari y Kliemt (1992), entre otros.

Para Ostrom y Ahn (2003) tanto la economía neoclásica como las teorías de la elección racional dejaron fuera varios factores importantes para entender cómo se construye el capital social, entre estos, la confianza, las normas de reciprocidad, las redes, las formas de participación civil y las reglas formales e informales o instituciones, su potencial para alcanzar objetivos colectivos.

Toda red responde a cierta lógica funcional, que se traduce en algunas reglas mínimas, como la distribución justa de costos y beneficios entre los participantes; la reciprocidad (que va más allá del intercambio e incluye confianza, *fair play* y una vinculación intersubjetiva que sustenta el sentimiento de pertenencia a una comunidad); la autolimitación de cada actor y el respeto a los intereses legítimos de los otros actores (Lechner, 1997: 14).

Messner (1999: 96-98) identifica 12 rasgos característicos de las redes que se relacionan con: su estructura; el tipo de sociedades en los que surgen y se reproducen; la interdependencia de sus participantes; su funcionalidad para la detección de problemas, formular y aplicar políticas; su integración por actores autónomos movidos por intereses heterogéneos pero interdependientes; la reproducción de estructuras de poder que se dan en su interior; su capacidad para generar un tipo de competencia cooperativa o colaborativa (Eßer *et al.*, citado en Messner, 1999); su capacidad de innovación social; y su capacidad de organización autónoma, de trabajo y de acción de los actores y organizaciones involucrados.

Pensar las relaciones clientelares, como redes en las que es posible observar algunas de las características apuntadas por Messner, contribuye a un acercamiento comprensivo del fenómeno frente a aquellos enfoques centrados en sus efectos corruptores. Este enfoque permite comprender las relaciones clientelares en una dimensión no valorativa sino relacional y funcional. Se trata de observar los mecanismos que favorecen, que aceptan cierto tipo de intercambios en el marco de funcionamiento de la lógica institucional de los Estados contemporáneos.

Entender el clientelismo a partir de sus estructuras reticulares favorece la identificación de líneas relacionales entre actores, sus formas jerárquicas u horizontales, las interacciones e interdependencias que se generan, así como las posibilidades para alcanzar resultados colectivos a partir del tipo de recursos que se intercambian en la red (información, recursos financieros, implementación legal).

Lomnitz, por ejemplo, alude a la existencia de redes de intercambio recíprocas como mecanismos de supervivencia de quienes se ubican en los márgenes de las sociedades contemporáneas.

Otros de los elementos recuperables en los estudios del clientelismo son las formas de comunicación entre los actores para colocar temas en las agendas políticas, que permiten formular y llevar a buen puerto ciertas políticas públicas; cómo se dan los procesos de aprendizaje, intercambio de conocimientos, generación de estructuras de consenso y compromiso para la solución de problemas públicos;²¹ cómo se reproducen las estructuras de poder cuando asumimos que las relaciones creadas dentro de las redes por lo general no son equitativas, y cómo los actores persiguen intereses propios, que pueden ser tanto divergentes como comunes, la importancia de la competencia y la cooperación.

Mediante este enfoque es posible la identificación de tipos de redes según el número de actores, la estructura interna de las organizaciones involucradas (con capacidad estratégica, operacional y movilizadora frente a organizaciones débiles), el grado de estabilidad de la red, el carácter de las relaciones interorganizacionales (que se pueda “medir” con base en la constante “lazos frágiles o robustos”),²² el área respectiva de la política y los “estilos de políticas”, las orientaciones dominantes de la acción o también las reglas por las que se guían los actores (Pappi, 1987; Atkinson y Coleman, 1989; Laumann y Knoke, 1987, citados en Messner, 1999: 97).

Si bien Messner ubica la existencia de este tipo de redes en las sociedades policéntricas y modernas, coincidimos con autores como Putnam (2011) que las refieren para cualquier tipo de sociedad, moderna o tradicional, autoritaria o democrática.

²¹ En un contexto clientelar, la mayoría de las veces, la solución de problemas públicos se detona a partir de intereses particularistas. No obstante, lo que sostenemos aquí es la capacidad de transformación de una lógica particularista a una lógica colectiva cuando el tipo de problemas que se incorporan en las agendas legislativas y de gobierno tienden a atender problemas particulares, pero generan beneficios colectivos. Un ejemplo en la Ciudad de México son las problemáticas asociadas con el acceso a la vivienda de grupos marginados. Las demandas generadas por diversos grupos relacionados con partidos políticos tendían a la reproducción de las estructuras clientelares para la obtención de beneficios. No obstante, una vez que la presión de los diversos grupos llega al aparato gubernamental y legislativo, se traduce en la incorporación de derechos en beneficio de actores colectivos y ciudadanos.

²² Para Putnam existen diferentes tipos de redes según el número de participantes, la vinculación fuerte o débil entre ellos, el grado de estabilidad de la red o su campo de acción entre otros elementos. Algunas son horizontales (reúnen agentes de estatus y poder equivalentes) y otras verticales (vinculan a agentes desiguales, formando relaciones asimétricas de jerarquía y dependencia); en el mundo real se dan combinaciones de relaciones horizontales y verticales. Mientras las redes horizontales (en forma de telaraña) son de compromiso cívico, fomentan normas robustas de reciprocidad, facilitan la comunicación, mejoran el flujo de información y son consecuencia del éxito de la cooperación en el pasado; las verticales (en forma de palo de mayo) son incapaces de sostener la confianza y la cooperación social y socavan la organización grupal horizontal y la solidaridad de clientes y patronos por igual, pero especialmente la de los clientes (Putnam, 2011: 245-248).

tica, feudal o capitalista, al constituir mecanismos de comunicación e intercambio que pueden ser tanto formales como informales.

Algunas de estas redes son principalmente “horizontales”, y aunan agentes de estatus y poder equivalentes. Otras son básicamente “verticales” y vinculan a agentes desiguales, formando relaciones asimétricas de jerarquía y dependencia. En el mundo real, por supuesto, casi todas las redes combinan relaciones horizontales y verticales: hasta los equipos de bolos tienen capitanes e incluso los guardias de prisiones fraternizan con los reclusos (Putnam, 2011: 245).

En la reflexión de la acción colectiva es importante recuperar la perspectiva sociológica que, de acuerdo con Melucci, se trata de una lucha entre dos actores por la apropiación y orientación de valores sociales y recursos, en la que cada actor se caracteriza por un tipo de solidaridad específica. La acción colectiva incluye todos los tipos de comportamiento que transgreden las normas que han sido institucionalizadas en los roles sociales, que van más allá de las reglas del sistema político y/o atacan la estructura de una sociedad de clases.

Los avances en las teorías cognoscitivas y constructivas de la acción humana nos ayudan a considerar los fenómenos colectivos como procesos en los cuales los actores producen significados, comunican, negocian y toman decisiones. En otras palabras, los actores son capaces de ir más allá de la lógica lineal de estímulo-respuesta. De este modo, la acción colectiva tampoco puede ser explicada mediante puras determinantes estructurales (por ejemplo, en términos de sugestión, imitación o manipulación) (Melucci, 2002: 57).

Una oposición que Auyero advirtió en la literatura sobre el clientelismo político de finales de los años noventa (Roniger, 1987) fue la concerniente a la acción colectiva vs. clientelismo, afirmando su posibilidad de coexistencia con algún tipo particular de repertorio de acción colectiva –como el conjunto de medios de los que disponen un grupo de actores para realizar reclamos– en términos de redes.

Los trabajos de corte empírico han permitido avanzar en una comprensión de las relaciones clientelares que no solo se enmarcan en los procesos electorales y la utilización de la ciudadanía marginada o vulnerable con fines políticos, aunque esta permanezca como una vertiente de estudio y denuncia muy relevante, sino en la capacidad de las redes clientelares para generar mecanismos de protección y asignación efectiva de derechos en formas particularizadas e individualistas, pero también con fines universalistas y colectivos.

Toda vez que la complejidad del fenómeno no puede ser estudiada a partir de una sola dimensión, proponemos aquí el análisis con base en una multidimensionalidad que surge del siguiente esquema básico (Figura 1) desarrollado a partir del trabajo de campo descrito en otro texto (Cruz Parceró, 2018).

El esquema da cuenta de formas que estructuran el tejido clientelar, al entender que corren en pistas convergentes. Es decir, en las relaciones clientelares descubrimos las lógicas que obedecen a intereses particularistas, característica destacada en la literatura sobre el tema, pero también lógicas que tienden hacia la colectivización de los beneficios en términos de los que más adelante explicaremos desde la perspectiva de Robert Gay (1998).

La lógica individual, en su dimensión interna, refiere a las relaciones que se tejen de manera particularista al interior de cualquier organización de tipo clientelar. La dimensión externa da cuenta de los contactos con grupo externos a la organización como pueden ser partidos políticos, legisladores, funcionarios públicos, etcétera.

Figura 1. Esquema básico de tejido clientelar

		Lógicas	
		Individual	Colectiva
Dimensiones	Interna		
	Externa		

Fuente: Elaboración propia (Cruz Parceró, 2018).

En la lógica colectiva también es posible observar las dimensiones internas y externas. La primera alude a los mecanismos que se despliegan al interior de las organizaciones para dirigir las demandas colectivas y la externa abarca los contactos con partidos, legisladores, funcionarios, convocatorias públicas para la obtención de recursos, etcétera, pero en una lógica de extender los beneficios hacia la colectividad.

Así, lo que en un plano teórico puede manifestarse como una contradicción, en la realidad permite observar mecanismos que favorecen la capacidad de supervivencia de las redes clientelares en contextos de mayor pluralismo y autonomía. Lo que observamos no son cambios en la naturaleza de la relación clientelar, sino la incorporación de mecanismos institucionales que favorecen la gestión de los recursos por vías distintas a las del clientelismo tradicional (Cruz Parceró, 2018).

Es en la dimensión externa de la lógica colectiva donde se encuentra un gran potencial para la transformación de las relaciones clientelares de corte individualista. De acuerdo con Putnam y Ostrom, las instituciones cuentan con la capacidad para alimentar la relación clientelar mediante asignaciones selectivas de los recursos o promover la extensión de redes de capital social mediante la incorporación de reglas generales para la asignación de aquellos.

Estamos hablando de dos planos en los que se percibe una especie de hibridación en la que convergen nuevas formas de intercambio, las cuales se tejen en las mismas redes que constituyen las relaciones clientelares tradicionales, cuyas características como la asimetría, subordinación y desigualdad perduran, aunque al mismo tiempo conviven con mecanismos relacionales que tienden a equilibrios democráticos a partir de actores que gozan de mayor libertad y cuentan con capacidad para orientar la acción colectiva hacia el logro de metas comunes (Cruz Parceró, 2018: 5).

Así, descubrimos dimensiones que, si bien desde la teoría parecieran ser excluyentes, en la práctica no lo son. La comprensión de las dimensiones de lo clientelar a partir de sus mecanismos y funcionamiento, y no a partir de la nocividad de sus efectos, constituye un enfoque distinto que, en términos de generación de conocimiento, contribuye la comprensión y búsqueda de alternativas para una observación que va más allá de los efectos nocivos que con tanta recurrencia aparecen en la literatura sobre el tema, pero sin perder de vista que al mismo tiempo constituye también una de las dimensiones del fenómeno.

Con esta perspectiva, lo que buscamos es incorporar dimensiones que en la literatura previa a los desarrollos impulsados por la sociología y la ciencia política de los años ochenta resultaban excluyentes.

Como hemos apuntado en párrafos anteriores, es con la perspectiva neoinstitucionalista donde observamos una suerte de tejido en el que convergen relaciones informales en redes de instituciones formales y viceversa para presentar el fenómeno fuera de los márgenes de exclusión en los que se inscriben los trabajos que atienden su dimensión corruptora.

Incorporar este tipo de posturas representa un gran reto para las investigaciones, toda vez que no es posible soslayar que, al ser un fenómeno multidimensional, ciertamente encontramos elementos que dan cuenta de relaciones de chantaje, privatizadoras y corruptoras a la par que pueden tejer relaciones voluntarias y proclives a la construcción de beneficios colectivos.

Así, desde una perspectiva histórico-política, resulta interesante destacar que las relaciones descritas se caracterizan por la asimetría y subordinación de los clientes hacia los patrones, pero también por la necesidad de los patrones de contar con el apoyo de los clientes. Esta consideración resulta de fundamental importancia

si deseamos comprender la persistencia del fenómeno a lo largo de la historia de nuestras sociedades.

Sirva el acercamiento etimológico, disciplinario y empírico realizado en este apartado para proponer la definición que utilizaremos en este trabajo.

Los autores que se han propuesto realizar esta importante tarea de redefinir el concepto destacan atributos que permiten caracterizarlo como una serie de arreglos jerárquicos basados en diferencias de poder y en desigualdad, fundados en intercambios recíprocos de recursos y servicios entre dos personas, patrón y cliente (Auyero, 1997: 22-24; Médard, 1976), los cuales pueden controlar recursos desiguales o recursos con igual valor en el terreno del intercambio,²³ e incluso se convierten en medios para conseguir bienes colectivos, donde se perciben tanto elementos jerárquicos como relacionales y de organización colectiva e identidad (Gay, 1998: 14).

A partir de las definiciones de autores aquí citados, y para los fines de este trabajo, interesa entender el clientelismo contemporáneo como:

Un tipo de relación politizada que incorpora formas de participación e intermediación, basadas en arreglos que combinan elementos jerárquicos, relacionales, de organización colectiva e identidad para facilitar el intercambio de recursos que pueden ser instrumentales (políticos y económicos) y expresivos (promesas de lealtad y solidaridad), cuyos mecanismos de relación y representación de intereses combinan tanto formas tradicionales de cooptación y corrupción como formas de deliberación y negociación características de sociedades plurales.

Una definición en estos términos no excluye lo observado por Auyero en el sentido de que este tipo de relaciones también son vistas como arreglos jerárquicos, como lazos de control y dependencia, como lazos verticales basados en diferencias de poder y desigualdad, las cuales pueden ser altamente selectivas, particularistas y difusas, relaciones que no son completamente contractuales ni legales –en realidad son normalmente ilegales– basadas en entendimientos y mecanismos más informales, aun cuando comporten altos niveles de compromiso y obligación (Auyero, 1997: 24)

²³ De acuerdo con Auyero, los recursos pueden ser instrumentales (políticos o económicos) y “sociables” o expresivos (promesas de lealtad y solidaridad), basados en entendimientos y mecanismos informales y como esfera de sumisión, como conjunto de lazos de dominación (Auyero, 1997: 22-24).

Capítulo 2

Apuntes para los estudios del clientelismo en la democracia mexicana

► Una relación siempre presente

A partir de la época precolombina, la historia mexicana ha recuperado variados ejemplos de relaciones de corte clientelar; la figura del cacicazgo en los reinos antiguos o en las corporaciones instauradas a partir de la llegada de Hernán Cortés demuestran la existencia de figuras asociadas al fenómeno. En un sentido similar al de Graziano (1973), para Enrique Semo (2012),²⁴ el clientelismo en México, al igual que en otros países, siempre ha existido.

Desde la perspectiva histórica, lo que afirmamos es que las formas clientelares han demostrado una gran capacidad de adaptación en escenarios de mayor autoritarismo o en espacios más plurales o democráticos. Kettering (1988) enfatizaba los cambios de estructuras políticas que definen al mismo tiempo nuevas formas del clientelismo. Advierte que es posible la observación de ciertas características fundamentales que no cambian con el transcurso del tiempo, aunque analistas sociales muestran importantes divergencias en la naturaleza de estas.

Para esta autora, en el mismo sentido que Tarrow,²⁵ la confusión histórica del tipo de relación que se ha denominado clientelar en la etapa del Feudalismo radica en el tema de la institucionalización. En las sociedades feudales, las relaciones sociales eran formalizadas, jerárquicas y legalmente sancionadas, mientras que el clientelismo es una relación cambiante e informal y carece de reconocimiento institucional en instituciones concretas (Kettering, 1988: 420-421).

Si la pregunta acerca la persistencia y los cambios en el clientelismo en México quedase circunscrita a una mera descripción histórica entendida como etapas de desarrollo, estaríamos perdiendo de vista su capacidad de adaptación en términos

²⁴ Semo lo caracteriza como “uno de los adversarios más antiguos y persistentes de la república y la democracia en México” que ha estado con nosotros durante cinco siglos (Semo, 2012: 583).

²⁵ En relación con la obra: Tarrow (1967), *Peasant Communism in Southern Italy*, New Heaven.

de la dinámica contextual y particular de los procesos políticos. Nuestro análisis perdería también la posibilidad de comprender un proceso de redefinición del fenómeno clientelar en términos de una dialéctica que implica la comprensión de su multidimensionalidad y de una revaloración imposible de insertar en un *continuum*. En este sentido, consideramos que la revisión histórica del concepto debe guardar congruencia con dinámicas sociales y políticas que permitan su comprensión.

Quizás el reto sea identificar el núcleo de aquello que persiste para sostener analíticamente lo clientelar en medio de cambios definitorios del propio sistema político que se ha movido desde sus formas más autoritarias hacia otras más plurales o democráticas. Trabajos como el de Arnaldo Córdova (1973) han establecido las continuidades en términos de un tipo de régimen que perduró no obstante el proceso revolucionario iniciado en 1910. Entre estas continuidades está el clientelismo.

Este autor observó que después del proceso revolucionario, los mecanismos políticos y los puestos de dirección se volvieron instituciones despersonalizadas, conservando sus mecanismos básicos (Córdova, 1973: 262). La fundación del Partido Nacional Revolucionario y su desarrollo como estructura corporativa hacia finales de los años treinta generaría una nueva fuente de relación con lo estatal; ya no serían las relaciones personalizadas o individuales, sino los grupos los que se insertarían en las estructuras del gobierno.

No obstante, a la par de esta nueva forma de institucionalización, las prácticas clientelares ancestrales se reestructuraron de manera tal que pudieran coexistir de manera simultánea con las estructuras institucionalizadas por la vía corporativa; la convivencia en un sistema político de instituciones ancestrales con las formaciones corporativas dotó al Estado de mecanismos renovados de control autoritario, algunos de los cuales prevalecen en el Estado contemporáneo.

En la etapa de la institucionalización del sistema político mexicano, Álvaro Arreola observó un panorama ambivalente caracterizado por un escenario formal representado por la Constitución y un modelo político con reglas de juego informales (cacicazgos, personalismos, poder arbitrario de muchos gobernantes, violencia electoral, clientelismo, etcétera). En este escenario ambivalente se establece el sistema presidencialista centralizador que se impone a un modelo federalista y democrático, plural y heterogéneo.

La paradoja de ese tránsito (los años veinte y treinta) hacia el imperio de las instituciones y el fin de los caudillos, es que no pudo darse sino por el concurso de dos presencias fundamentalmente caudilliles y personalistas. Fue una modernización política del siglo XX conducida por una reminiscencia caudillista del siglo XIX (Aguilar Camín, citado por Arreola, 2015: 335).

La literatura relacionada con formas tradicionales como el caciquismo es abundante (Bartra *et al.*, 1975; Cornelius, 1973; Falcón, 1984; Gibson 1960; Meyer, 2000; Nason, 1973; Roniger, 1987; Sabloff, 1981), destaca el tipo de lazos que se tejen a partir de cada una de estas figuras. Guerra establece una diferenciación a partir del tipo de vínculo. Mientras en relaciones como el compadrazgo la fuente es la pertenencia a una familia o a una colectividad social (hacienda o pueblo), en los adquiridos, que resultan de una elección más o menos libre, la relación es personalista (Guerra, 1988: 127).

A este segundo tipo es al que pertenece el clientelismo, “son los que resultan de la adhesión a una persona” (Guerra, 1988: 145). El autor describe cierto tipo de prácticas clientelares como la “recomendación” (la *commendatio* romana descrita por Cicerón) y más allá de ella “el campo de lo ilegal, de la corrupción pura y simple, de privilegios obtenidos contra las leyes” (Guerra, 1988: 152).

La descripción de Guerra permite ilustrar el tipo de visión que ha prevalecido en los estudios del clientelismo en México: entre la recomendación y el campo de la ilegalidad parece que el terreno es infértil. Se trata de un tipo de enfoque normativo que caracteriza el fenómeno clientelar con base en formas aceptables y no aceptables, o quizá en formas puras y desviadas o corruptas y corruptoras. Es este nudo el que han intentado desatar estudios más recientes con base en la utilización de metodologías de la etnografía política.

¿Qué tipo de mecanismos hay en medio de esos extremos y cómo son esas relaciones?, ¿qué hay en esa zona marrón tan difícil de caracterizar? Parecen preguntas necesarias en una agenda de investigación sobre el clientelismo contemporáneo.

Un modelo que describa los mecanismos existentes en los distintos tipos de relación permitirá explicitar los atributos de términos asociados al clientelismo. Al respecto podemos definir tres tipos de vínculos: familiar, personal y colectivo, así como tres formas de adquisición: por parentesco, libre y obligado. Decimos libre cuando el individuo decide incorporarse de manera voluntaria en un tipo de relación; obligado cuando hay de por medio algún tipo de coerción como en las formas clientelares de los sistemas autoritarios que no se fundan en la confianza ni en la reciprocidad sino en las amenazas. Los mecanismos de cohesión y legitimidad se combinan, en algunos casos se fundan en el respeto, el reconocimiento y la lealtad, en otros en la violencia y la coerción.

El tipo de poder al que se adscribe la relación puede ser formal o informal. El primero de los casos se da al insertarse en una lógica institucional, como el tipo de redes descritas por Briquet y Sawickii (1998); el informal, cuando no existen mecanismos institucionalizados.

Una de las características que comparten las redes clientelares es la forma en la que se tejen, sin embargo, las máscaras que personalizan ese tejido son distintas. El

clientelismo basado en el cacicazgo rural tiene rasgos que lo hacen diferente de aquel sistema corporativista que llegó a implantarse en contextos urbanos.

Consideramos que, entre los múltiples problemas para la investigación sobre las redes clientelares, una dificultad analítica se relaciona con la observación de los tipos o formas en las que se representa un mismo fenómeno. Así, encontramos distintas figuras que encarnan el fenómeno clientelar y cada una responde a contextos y procesos específicos. Tenemos así, un tipo de clientelismo rural, otro de corte institucional que se vincula generalmente con esquemas corporativistas, así como otro que obedece a las negociaciones que suceden en contextos urbanos; entre tantos más.

En un trabajo previo (Cruz Parceró, 2018) dimos cuenta de dos formas de relación para la caracterización de las redes clientelares, la tradicional y la instrumental contemporánea. En la primera, las figuras portadoras se asocian con el cacicazgo,²⁶ el caudillismo²⁷ y el corporativismo²⁸ y los mecanismos de cohesión tienden más hacia la coerción.

²⁶ Para Knight el caciquismo resulta impensable sin el ejercicio de la violencia directa, sin embargo, esto no siempre fue así en la historia de México. En la etapa de la revolución maderista y la Decena Trágica, Córdova identifica una transformación del “caudillo ingenuo, idealista, que se entrega a la buena lid y que hace de sus concepciones una verdadera mística de la acción política”, a un nuevo tipo de dirigente, caudillo también, pero “fundado en la fuerza, despiadado, astuto, arbitrario, pronto para la acción en cualquier terreno y frente a cualquier enemigo; de ideales nebulosos, pero con finalidades muy precisas (...)” (Córdova, 1973: 190-191).

²⁷ De acuerdo con Luisa Paré, la palabra *kassiquan* proviene de la lengua arawaka del Caribe, y quiere decir “tener o mantener una casa”; para Knight proviene de un término arahuaco que designa al hombre grande, al que “posee una casa”. La diferencia entre cacique y caudillo, de acuerdo con este mismo autor, es que los primeros son políticos/civiles que operan en un escenario político restringido, mientras que los caudillos son “figuras pretorianas al frente de un escenario político más vasto”. Cacique y caudillo son términos que se utilizan como sinónimos en la literatura.

En las figuras del cacique y del caudillo se observa un fenómeno de mediación política caracterizado por el ejercicio informal y personal del poder para proteger intereses individuales o de una facción, y aunque se identifica como una especie de poder informal, no es independiente del poder formal u oficial, entendido este como el que controla las instituciones políticas del gobierno, donde los caciques ocupan directamente puestos políticos en el partido en el poder o en el sistema administrativo o controlan a quienes ocupan estos puestos (Paré, 1999: 36-37).

La palabra se encuentra con mayor frecuencia en trabajos que dan cuenta de las relaciones en el campo mexicano (ver Bartra et al., 1975) y el concepto resulta clave para comprender la manera en la que se da la adhesión clientelar a través de esta figura; de acuerdo con Knight (2000), son los caciques o caudillos quienes fungen como representantes de los sistemas clientelistas.

Aquí encontramos un tipo de relación que funciona como puente entre lo informal y lo formal. Se trata, de un término asociado con la intermediación política que puede utilizar una amplia gama de mecanismos a los que las personas se adscriben a cambio de seguridad, bienes y/o protección. Son estas las figuras que podríamos caracterizar como *brokers* o intermediarios en un sistema político.

²⁸ El corporativismo obedece a una forma de representación e intermediación de intereses grupales. Una definición más amplia se puede consultar en Schmitter (1974). En términos de Ai Camp, son

En estas figuras portadoras observamos una mayor capacidad de control y manipulación a partir de una gradación y profundidad muy diversa que se relaciona con la forma en la que se entretajan tanto los vínculos personales como los institucionales. Aquí observamos relaciones tejidas en forma de redes verticales, claramente estructuradas y jerarquizadas, donde más que intermediación, el control se da por la vía del sometimiento, relación que nulifica cualquier posibilidad de tejido horizontal.

En la democracia contemporánea se observan elementos constitutivos de lo que la literatura tradicional sobre clientelismo etiquetó como relaciones instrumentales que se consolidan a partir de un cálculo racional de los actores y que implican relaciones de subordinación política que se intercambia por recompensas materiales (Brusco, Nazareno y Stokes, 2004; Stokes, 2005; Kitschelet y Wilkinson, 2007). Ante estas perspectivas, lo que propuso Auyero fue romper con esas visiones escolásticas y externalistas (Auyero, 2002: 37) para iluminar los análisis hacia la perspectiva culturalista o al “clientelismo sociocultural” (Vommaro y Quirós, 2011: 67).

A partir de evidencias de trabajo de campo, tanto en México como en otros países donde el tema ha sido ampliamente estudiado, como Argentina, Brasil o Chile, encontramos en el clientelismo contemporáneo una suerte de híbrido en el que, si bien se pueden percibir mecanismos de coerción, también los hay de negociación en equilibrio de fuerzas, donde patronos y clientes establecen relaciones de transacción en condiciones de equilibrio de recursos intercambiables.

En un contexto de pluralidad, la figura del líder funciona como puente o intermediador entre los ámbitos de la formalidad y la informalidad. El líder puede utilizar una diversidad de mecanismos aceptados por los clientes a cambio de seguridad, bienes materiales, simbólicos y/o protección. Se convierte en la figura del *broker* tan recurrida en la literatura anglosajona.

La distinción es importante porque mientras en los tipos tradicionales observamos el uso de la violencia con mayor frecuencia, en el instrumental contemporáneo se identifican mecanismos de vinculación y cooptación que suelen recurrir en mayor medida al apoyo y la negociación de intereses que resultan en beneficio de ambas partes. Lo que busca la perspectiva culturalista es entender esas “cadenas de prestaciones y contraprestaciones con la forma del don –*favores, ayuda, solidaridad, amistad*– en las cuales las obligaciones morales y los imperativos afectivos son puestas en juego” (Vommaro y Quirós, 2011: 67).

un grupo de personas que comparten intereses políticos y se apoyan mutuamente para mejorar sus oportunidades de liderazgo político (Ai Camp, 1996: 114). Estas figuras nacen y se consolidan con el Estado posrevolucionario corporativista mediante la relación formal entre grupos selectos o instituciones y el gobierno o el Estado (Ai Camp, 1996: 125).

No obstante, como señalamos en el capítulo previo, el trabajo empírico no permite observar tipo puros, sucede en la realidad que en un mismo régimen es posible ubicar la convergencia de las formas más tradicionales con aquellas más características del tipo instrumental contemporáneo o del culturalista.

Esta convergencia resulta en una suerte de hibridación clientelar, entendida como la capacidad que tienen las relaciones clientelares de insertarse y arraigarse en distintos tipos de régimen, ya sea más autoritarios o más democráticos, pero también de convivir en espacios donde los mecanismos que refuerzan la relación clientelar pueden ser de violencia y manipulación al mismo tiempo que de apoyo e identificación de intereses comunes.

Lo que cambia, no es la naturaleza de la cosa, el carácter asimétrico de la relación clientelar puede persistir al pasar a un régimen de mayor pluralismo. El carácter híbrido se refiere a las formas de relación que se construyen en sociedades más plurales; concede observar la transformación de algunas de sus formas, límites, alcances, mecanismos y funciones (Cruz Parceró, 2018).

Estamos ante formas clientelares actualizadas, revitalizadas o reelaboradas que favorecen la articulación del tejido de manera más horizontal que favorecen formas de intercambio en condiciones de mayor equidad. De acuerdo con Coulborn, (citado por Corzo Fernández, 2002: 43), la orientación o verticalidad de la relación cambia “porque es el cliente el que acepta al Estado como autoridad que integra la fragmentación heredada del pasado, y es este la administración o el partido el que responde a la iniciativa del cliente”.

Ello nos devuelve a la observación de Veyne en la Roma clásica, donde tanto los clientes necesitaban del patrón como los patronos de sus clientes.

En 1994, Johnatan Fox publicó un trabajo de gran relevancia para el estudio del clientelismo al describir la transformación de los grupos subordinados de clientes en ciudadanos como un proceso largo y arduo que involucra a tres modelos de relación entre Estado y sociedad que, si bien distintos, se superponen unos con otros. Estos modelos son:

- Clientelismo autoritario. Caracteriza situaciones en que la subordinación política de las masas es asegurada por medio de la distribución selectiva de patronazgo y el uso o la amenaza de la fuerza.
- Pluralismo. Implica situaciones en las que el acceso a prerrogativas de la ciudadanía es garantizado sobre una base universal, independientemente del estatus o la convicción política de un individuo o un grupo.
- Semiclientelismo. Punto intermedio en el que se insta a la subordinación política de las masas por medio de la distribución selectiva del patronazgo con la forma de “arreglos” no exigibles pero explícitos.

La tesis de Fox apuntaba a un efecto detonador de las reformas políticas de los años setenta en México, las cuales facilitaron un proceso de organización popular que cambió el balance de poder entre los patrones y los clientes y restringió la habilidad que tenían las élites tradicionales para emplear formas autoritarias de control clientelista. Su argumento radica en que este desarrollo provocó que los elementos reformistas dentro del Estado mexicano desarrollaran mecanismos más sutiles y sofisticados de subordinación política, con el fin de mantener la hegemonía electoral del PRI. Agregaba que en algunas áreas en donde la “autonomía asociativa” de las organizaciones sociales ha sido particularmente fuerte, los agentes estatales han dejado de requerir la subordinación política a cambio de recompensas materiales.

¿En qué medida, entonces, las relaciones clientelares en la actualidad obedecen a una vinculación basada en sistemas tradicionales asociados en mayor medida en la coerción o en nuevos mecanismos que favorecen la negociación?

Sostenemos que la comprensión de las dimensiones de lo clientelar a partir de sus mecanismos y funcionamiento y no a partir de la nocividad de sus efectos constituye un enfoque que permite avanzar en esta dirección.

Entre los trabajos de corte etnográfico que han evidenciado el paso de mecanismos asociados con la violencia en contextos autoritarios al uso de mecanismos de negociación más propios de las democracias destacan aquellos que observan formas más horizontales en el tejido de las redes que conectan a los clientes con los intermediadores y con los patrones (Auyero, 1997, 2012; Auyero y Benzecry, 2016; Briquet y Sawicki, 1998; Corzo, 2002; Gay, 1998).

Sostenemos que el cambio en el tipo de régimen, el cual funciona como contenedor de la relación clientelar, ha permitido modificar y “democratizar” algunas de sus formas más verticales.

Quizá en función de ello, autores como Gurza y Zaremborg (2014) han optado por repensar la categoría para inscribirla en el léxico de la intermediación política que permite “observar diversas modalidades de política indirecta, descentrando la representación electoral como polo superior y parámetro normativo” y recuperando su significado: “ser medio de” o “estar en el medio de” (Gurza Lavalle y Zaremborg, 2014: 23).

Un aspecto destacable en esta perspectiva es el relativo a la posición que ocupan los actores en el entramado de la intermediación. Zaremborg (2010) observa que las posiciones ventajosas se asocian con atributos de los actores tales como riqueza, estatus social, género y nivel educativo, entre otros.

De manera muy interesante, ambos autores recuperan la idea de agonismo en Mouffe –opuesta al antagonismo que no deja espacios para la negociación– para dar paso a la expresión del conflicto mediante el diálogo y no mediante un tipo de

recursos que impliquen el uso de la fuerza, es decir, “la persuasión que echa mano de repertorios de acción contenciosa asumiendo que ellos no substituyen sino preceden a la deliberación razonada, en lugar de a la imposición y el silenciamiento” (Urbinati, 2006, en Gurza y Zaremborg, 2014: 38).

No obstante, su subsistencia no depende del tipo del régimen en el que se inscribe, sino de la capacidad que tiene para funcionar en términos de lo que Merton denomina estructuras de reemplazo, concepto ya explicado en el capítulo precedente.

Son muchos los autores que han desarrollado temáticas relacionadas con el sistema político mexicano, y colocan en el centro al clientelismo. Entre las diversas formas de abordarlo, encontramos tres que son las de mayor recurrencia:²⁹ a) la historicista, más general y vinculada a los procesos de formación del sistema político mexicano (Semo, 2012; Meyer, 2000; Ai Camp, 1996; Cornelius y Craig, 1988; Falcón, 1984; Córdova, 1973); b) la electoral con dos vertientes: la denunciativa, que subraya los efectos nocivos que para la democracia electoral tienen las prácticas clientelares (Ugalde, 2012; Casar, Ugalde, Mata y Nuñez, 2018),³⁰ y la explicativa, que cuenta con un mayor potencial al detenerse en análisis y reflexiones profundas sobre la caracterización, cambios, continuidades y los nuevos mecanismos que favorecen la reproducción de las clientelas electorales (Magaloni, Díaz-Cayeros y Estévez, 2007; Cobilt, 2008; Zaremborg, 2011 y 2014; Beltrán y Castro, 2015);³¹ y c) la descriptivo-comprensiva, basada en trabajos de tipo etnográfico, que articula movimientos sociales, partidos políticos y estructuras gubernamentales (Paladino, 2014^a y 2014^b; Tejera, 2003, 2015; Zaremborg, 2011).³²

²⁹ En esta clasificación no hemos considerado textos de la literatura revolucionaria o post-revolucionaria que describen el tipo de clientelismo tradicional asociado con las figuras del caudillo o el cacique. Este estudio merecería una revisión por separado.

³⁰ El trabajo de Ugalde, por ejemplo, hace referencia a los problemas sistémicos de la democracia, entre los cuales enfrenta al clientelismo, al que caracteriza como “un sistema de intercambio de beneficios entre un “patrón” y sus “clientes”, entre políticos que dan prebendas, cargos públicos y presupuestos a cambio de apoyo político o económico; un sistema de intermediación en el cual los patrones (el gobierno, el partido) dan dinero, puestos, beneficios laborales, contratos y concesiones a diversos clientes organizados (los sindicatos, las organizaciones campesinas, los grupos urbanos, los gremios empresariales y de profesionistas) a cambio de votos, de financiamiento para campañas o, simplemente, para que haya estabilidad y orden”. En este capítulo el autor refiere un tipo de clientelismo corporativista, vinculado con sindicatos (FSTSE, SNTE, STPRM, SNTSS, STUNAM, UNT), centrales (CNC), grupos urbanos (PRD-DF), o empresariales (TELMEX), que se han caracterizado por su poder, membresía y recursos.

³¹ Estos autores vinculan el tema con la conquista del sufragio popular, sin embargo, y siguiendo la recomendación de Médard (1998: 313), es importante ampliar las investigaciones hacia formas no solamente referidas al ámbito de lo electoral.

³² Tomado de Cruz Parceros, 2018.

► Una relectura desde el neoinstitucionalismo

Uno de los problemas que enfrentamos con el estudio del clientelismo es nuestra limitada capacidad para plantear problemas complejos fuera de las dicotomías tradicionales: bueno-malo, democrático-antidemocrático, promotor del pluralismo-corrupción.

En la realidad, y a partir de la evidencia empírica, observamos distintas maneras en la que se entrelazan formas, figuras y mecanismos, lo que hace más compleja la aprehensión del fenómeno.

Desde esta última forma de abordar el fenómeno clientelar encontramos una mayor complejidad en términos de clasificación, ya que los análisis parten de los enfoques teóricos del institucionalismo, pero también de los enfoques de acción colectiva y movimientos sociales. Esta riqueza analítica permite ampliar nuestro horizonte sobre las relaciones clientelares. Se trata de una manera de ver lo clientelar desde la mirada propuesta por los textos de Guillermo O'Donnell (1996, 2011) que abordan reflexiones teóricas ancladas en el neoinstitucionalismo (Helmke y Levitsky, 2006; Cameron, Hershberg y Sharpe, 2012), y que han sido enriquecidas por una serie de trabajos de corte etnográfico que articulan movimientos sociales, partidos políticos y estructuras gubernamentales. Esta mirada, ampliamente desarrollada por Javier Auyero (1997), ha generado prolíficas reflexiones sobre las que se han tejido trabajos referenciales como los de Gay (1998), Paladino (2014a y 2014b), Tejera (2003, 2015) y Zaremborg (2011).

Las perspectivas de Durston, Auyero y Gay tienden líneas de análisis relacionadas con la vertiente del capital social. Si bien el trabajo del segundo no considera expresamente este enfoque, sí es posible encontrar algunos puentes que conectan sus observaciones con la perspectiva del capital social. Toda vez que el clientelismo resulta ser un mecanismo de control social, este no es unidireccional e inclusive se destaca el papel de las redes clientelares como medios para conseguir bienes colectivos y no solamente individuales, donde también pueden descubrirse elementos relacionales para la organización colectiva (Gay, 1998: 14).

La perspectiva de capital social constituye una herramienta con amplia capacidad explicativa para el análisis de las redes clientelares, toda vez que esta consiste en analizar los factores que afectan la capacidad de los individuos para resolver problemas de acción colectiva relacionados con el desarrollo económico y político³³

³³ Como concepto, el capital social permite, por un lado, delinear las capacidades de la acción colectiva construidas sobre las bases materiales y simbólicas que circulan en las redes sociales, a partir de las cuales se construyen y refuerzan los lazos de confianza necesarios para su reproducción; y, por el otro,

(Ostrom y Ahn, 2003), y apunta a la observación de los mecanismos de coordinación social inmersos en las relaciones clientelares con el fin de determinar la medida en la que estos limitan, promueven o facilitan la capacidad de individuos y/o asociaciones para resolver problemas de acción colectiva.

Cuando Ostrom se preguntaba por qué algunas instituciones han tenido éxito en superar la lógica de la acción colectiva y otras no, encontró algunos factores en los diseños institucionales que influían en este comportamiento: límites de la institución claramente definidos, participación de las partes afectadas en el establecimiento de reglas, sanciones graduales para los infractores o disponer de mecanismos de bajo coste para la resolución de conflictos (Ostrom, 2011).

En este mismo sentido, existe evidencia relevante tanto en México como en el contexto latinoamericano para observar que el involucramiento de la ciudadanía en programas gubernamentales de corte social redundan en beneficio de los habitantes de zonas tradicionalmente marginadas y contribuyen al fortalecimiento de lazos comunitarios que aumentan la cohesión social (Valverde y Pacheco, 2020).

Desde esta perspectiva, así como desde trabajos de autores como Auyero (1997), Briquet y Sawicki (1998), Gay (1998), Günes-Ayata (1994, 1997) y Corzo (2002), es posible observar otras caras del clientelismo en términos de mecanismos con capacidad para determinar los términos del intercambio en un contexto donde el Estado se percibe con menos recursos para la implementación de políticas públicas acordes con los intereses de partidos, ciudadanos y clientelas. Decimos que ha aprendido a convivir en democracia cuando los instrumentos por medio de los cuales se construye el vínculo dejan de ser estrictamente verticales y adquieren una horizontalidad que deja al cliente elegir a qué tipo de clientela se vincula; otra de las características de este tipo de clientelismo es que, al diluir la relación personal, permite su transformación en un tipo de relación más abierta y colectiva.

En todo caso, lo que interesa establecer de manera clara es que el fenómeno ha persistido transformándose y que dichas transformaciones no se han dado en una suerte de gatopardismo como para que todo quede igual; ni los recursos que se intercambian ni sus formas tienen las mismas características en el régimen de Estado autoritario (1940-1994) que en el Estado democrático contemporáneo.³⁴ En consecuencia, es necesario

dar cuenta de las relaciones entre el aumento del capital social y mejoras en las condiciones económicas, mayor desarrollo de la ciudadanía y desarrollo democrático, temas sin lugar a dudas relevantes en el contexto latinoamericano y sobre los cuales se ha renovado el debate.

³⁴ Favela (2010) elabora un modelo para analizar la estructura del sistema político desde la perspectiva de los canales institucionales que esta ofrece a la participación ciudadana, lo que le permite revisar su influencia en la caracterización de la movilización social. Con base en esta caracterización, podemos anotar un primer periodo (1946-1997) de estructura institucional cerrada en la que la protesta social

aventurar explicaciones plausibles sobre los patrones de refuncionalización del clientelismo, sus características, componentes y mecanismos de acción e intentar establecer qué tipo de vínculos se reproducen entre los actores que forman parte de las redes clientelares y de qué manera se insertan en las estructuras formales del Estado mexicano; se trata de buscar las relaciones que aceitan los engranajes de acción entre comunidades e instancias gubernamentales, reconocidas como actores informales y formales en un mismo Estado, terreno en el que se puede apuntar una tensión entre la lógica democrática y la burocrática (Briquet y Sawicki, 1998: 6).

Para ello, los estudios que aplican las metodologías de la etnografía política arrojan nuevas luces sobre el tipo de relaciones clientelares en las democracias contemporáneas. Tienen, evidentemente la limitante de no poder explicar generalidades, sin embargo, representan un amplio espectro de estudio en diferentes regiones y países que sería importante estudiar de manera más acuciosa con el fin de observar las nuevas generalidades que permiten la reproducción y consolidación de los mecanismos clientelares, ya sea para reforzar las desigualdades e inequidades características de las definiciones clásicas o su capacidad transformadora para la obtención de beneficios colectivos.

En este sentido, los estudios de caso en el contexto latinoamericano, permiten observar lo que Freidenberg denomina “la dimensión oculta del intercambio” (Freidenberg, 2017: 239).

A partir de esos estudios podemos hablar de un tipo de vínculo híbrido en el que se observan redes horizontales que suelen asociarse con formas de capital social, pero que también se evidencian en ciertos espacios donde se reproducen las relaciones clientelares.

En la capital de la República Mexicana resulta muy ilustrativo a partir de la pérdida de hegemonía del PRI y el triunfo del PRD. Pensamos que la competencia política y el escenario de pluralismo que se dibujó en la Ciudad de México después de las elecciones de 1997 se convirtieron en la palanca que permitió la transformación de las relaciones clientelares, donde no solamente cambió la identidad del patrón (PRI) y de los clientes, sino que también se modificaron los mecanismos de negociación para tejerse en forma de redes que hoy logran combinar una diversidad más amplia de mecanismos de intercambio que se mueven entre la asimetría y la simetría, o que pueden ser más verticales o con características de horizontalidad.

En un trabajo previo (Cruz Parceró, 2018) describimos cómo la organización colectiva contenciosa favoreció la formación de redes de negociación entre diversos

se radicaliza y se asumen políticas de reforma y represión y una segunda etapa a partir de 1998, en la cual hay un proceso de apertura política, se ciudadaniza la protesta social y surge la paradoja entre integración y criminalización.

grupos (vendedores ambulantes, demandantes de vivienda, recolectores de basura, etcétera) para exigir a las autoridades ejecutivas y legislativas la atención de demandas que terminaron convirtiéndose en políticas públicas para el beneficio de un mayor número de habitantes capitalinos.

En ese trabajo describimos el surgimiento y mecanismos de vinculación de dos tipos de movimientos, uno en el predio El Molino de la entonces delegación Iztapalapa y el otro de demandantes de vivienda en la de Álvaro Obregón.

Lejos de buscar relacionarlos o equipararlos, lo que ahí comprendimos fueron las trayectorias extrainstitucionales e institucionales de acción colectiva para alcanzar un estatus de reconocimiento por parte de partidos y autoridades delegacionales, en ocasiones mediante la utilización de mecanismos clientelares, para llegar a demandar y negociar predios y viviendas. A partir de estas experiencias fue posible constatar la incorporación del derecho a la vivienda digna en las agendas legislativas y en los ordenamientos legales.

Este tipo de estudios permiten observar que en la construcción de los grupos enmarcados en lo que Álvarez (2004) denomina la “sociedad civil de la izquierda popular”; encontramos resabios o trayectos de relaciones de corte clientelar en alguna de las dimensiones que expusimos en el primer apartado.

Capítulo 3

Para que el clientelismo funcione

El título de este capítulo puede resultar provocador en caso de que el lector piense que se trata de una forma de relación que no resulta funcional en el fortalecimiento de los sistemas democráticos. Si esto es así, me permito plantearlo de la siguiente manera: ¿pueden las relaciones clientelares contemporáneas funcionar para fortalecer la pluralidad y la democracia?

Una renovada agenda de investigación sugiere que sí es posible pensar en ello. En los nuevos debates sobre el clientelismo podemos distinguir tres líneas. La primera se relaciona con la revisión del concepto, sus alcances y limitaciones, para comprender relaciones que resultan más complejas que aquellas que se observaron en los años cincuenta o setenta.

La segunda, atiende las elasticidades conceptuales y aborda la capacidad de las redes clientelares para extender los beneficios obtenidos de forma individual o por pequeños grupos de organizaciones a grupos mayores donde se descubre la obtención de beneficios colectivos o derechos y, en algunos casos, hasta la universalización en términos de la elevación de derechos a rango constitucional. En esta línea también encontramos cuestionamientos sobre la construcción ciudadana para revisar hasta dónde cierto tipo de redes clientelares fortalecen o debilitan la posibilidad de una ciudadanía sustantiva. Se trata de una interesante línea de investigación que concibe al clientelismo en tanto forma de participación ciudadana con mecanismos de comunicación horizontales que pueden favorecer la construcción de ciudadanía.

La tercera línea indaga en un acercamiento completamente novedoso: el género. Resulta ser una perspectiva sumamente prometedora toda vez que en contextos como el mexicano y el de los países latinoamericanos las mujeres desempeñan roles fundamentales como operadoras políticas, no obstante, sus logros pocas veces se traducen en la ocupación de cargos formales en las estructuras partidistas, ya sea como candidatas o como militantes que al desempeñar una actividad sustantiva para los partidos puedan recibir alguna remuneración.

► Revisión conceptual

En la primera vertiente, destacados académicos cuestionan la capacidad explicativa del concepto. Gurza y Zaremborg (2014) prefieren el concepto de intermediación

política. Optan por el análisis de las formas de la “política indirecta, cuya gama de posibilidades ha sido usualmente pensada como si estuviese confinada entre los extremos de la representación política y el clientelismo” (Gurza Lavalle y Zarembeg, 2014: 20).

Una de las limitantes en el uso del concepto clientelismo se relaciona con lo que hemos abordado anteriormente relativo a la carga negativa que se le asigna y, de alguna forma, un tipo de “modalidad de asimetría ilegítima” que se opone a las formas “modernas” de hacer política Gurza y Zarembeg (2014: 22).

Para los autores que venimos citando “un vocabulario centrado en la intermediación política permite observar diversas modalidades de política indirecta, descentrando la representación electoral como polo superior y parámetro normativo” Gurza y Zarembeg (2014: 23).

Desde aquí, los actores principales son el Estado y los grupos sociales organizados con posibilidades de intercambiar bienes de diversa índole; en la perspectiva de Auyero, materiales o simbólicos.

En esta línea, un autor interesante es Rusconi, quien reconoce que en los procesos de intercambio político puede haber integración cuando el Estado intercambia bienes con algunos sujetos y sectores para integrarlos a la vida económica, social, cultural. Estos procesos, generalmente están acompañados de la producción de consenso y legitimación en la medida en que los que intercambian algo con el Estado están interesados en mantener el tipo de acuerdo establecido para obtener los bienes deseados (Rusconi, 1984).

En 1976 Médard propuso la definición de clientelismo a partir de dos elementos principales: relación de dependencia personal, asentada en intercambios recíprocos entre dos personas, los cuales controlan recursos desiguales; incorporó también la reciprocidad y el intercambio en beneficio mutuo. Así, en términos generales, aludía no solamente a los intercambios electorales sino a un abanico más amplio de intercambios en los ámbitos económico, político, religioso, psicológico, militar, judicial, administrativo, y educativo (Médard, 1976: 117).

Una revisión más actualizada del mismo autor permite proponer que el estudio de los fenómenos clientelares se aborde a partir de un tipo más general en el conjunto de los intercambios políticos, ello con el fin de no circunscribirlo exclusivamente al ámbito de lo electoral y poder distinguirlo de la corrupción en sus dimensiones de intercambio social e intercambio económico (Médard, 1998: 316).

Desde su etimología parece más sencilla la propuesta. Entender el clientelismo en términos de apoyos que se encuentran en distintos ámbitos de la vida política y como una de tantas formas de los intercambios políticos parece una buena posibilidad para desenredar los nudos conceptuales.

Hoy, las relaciones clientelares se tejen más allá de las redes de inequidad personalistas, los intercambios suelen ser más complejos y no adscribirse en exclusiva al particularismo. Pueden también extenderse hacia la generación de beneficios colectivos.

Desde estas revisiones es posible entender las relaciones clientelares como formas de intercambio político, participación e intermediación, basadas en arreglos que combinan elementos jerárquicos, relacionales, de apoyo y organización colectiva e identidad para facilitar el intercambio o acceso a recursos que pueden ser instrumentales (políticos y económicos) y expresivos o simbólicos (promesas de lealtad y solidaridad) y cuyos mecanismos de relación y representación de intereses incorporan formas tradicionales de cooptación y corrupción pero también formas de deliberación y negociación características de sociedades plurales.

Más coordinadas de la reformulación conceptual se encuentran en diversas reflexiones, pero se requiere una sistematización que logre trazar sus ejes.

► Su relación con la ciudadanía

Un punto de partida medular en los temas de la participación y la ciudadanía es el reconocimiento del clientelismo como una forma de participación. Antes de atribuirle la etiqueta valorativa (positiva o negativa) busquemos otras formas de abordar la cuestión.

La relación del clientelismo con la ciudadanía está atravesada por temas de la mayor relevancia en los que se ha puesto poco interés. Ello resulta explicable si reducimos el concepto de lo clientelar a una simple relación jerárquica y desequilibrada de intercambio de votos por favores.

Como nuestra intención es avanzar más allá de las simplificaciones a continuación apuntaremos temas sobre los cuales valdría la pena profundizar.

Sin pretender la simplificación de un debate más amplio, aquí podemos referir dos perspectivas relevantes. Por un lado la neoinstitucionalista que explica lo que O'Donnell denominó la "otra institucionalización" en relación con democracias como las latinoamericanas, donde las instituciones informales como el clientelismo y el particularismo coexisten con estructuras formales de las poliarquías e incluso llegan a formalizarse (O'Donnell, 1996). Aunque no se alude específicamente a la ciudadanía, tanto la perspectiva de O'Donnell como la de Helmke y Levitsky dan cuenta de la ocupación de la arena política por actores y entidades de la política informal.

El análisis de la informalidad ha permitido trazar nuevas rutas para comprender esas "otras formas" que desde la pista de las instituciones formales de la democracia resultan de difícil aprehensión.

En una publicación de 1994, Johnatan Fox se ocupó de la difícil transición del clientelismo a la ciudadanía asumiendo que la transformación de los grupos

subordinados de clientes en ciudadanos era un largo y arduo proceso que involucraba tres modelos de relación entre estado y sociedad, de los cuales uno era el semiclientelismo, entendido como un “área gris” que se ubicaba entre el clientelismo autoritario y el pluralismo, y mediante el cual se instaba a la subordinación de las masas mediante arreglos explícitos.

Asumía también que en la medida en la que se podían identificar mayores áreas o espacios de autonomía asociativa en las organizaciones sociales, los agentes estatales recurrían en menor medida a la subordinación (Fox, 1994). Desde esta perspectiva, tanto el nivel de asociacionismo como los grados de autonomía fortalecerían formas de relación más equilibradas y fortalecerían el papel de los agentes en tanto ciudadanos.

El enfoque culturalista llegó a enriquecer este debate al evidenciar la existencia de *ciudadanías diferenciadas* (Kymlicka, 1996) y *sociedades políticas* (Chatterjee, citado por Álvarez, 2019) que toman distancia de las concepciones normativas de ciudadanía o sociedad civil, categorías que adolecen de la perspectiva de los grupos excluidos.

Con Chatterjee, el panorama tiende a una mayor claridad. El análisis que hace Álvarez de trabajos del autor, permite comprender varios problemas: *a*) que el desbordamiento de los ámbitos institucionales y normativos, establecidos por el Estado-nación es un proceso amplio y multidimensional que se despliega de manera creciente a partir de los años noventa del siglo pasado y con mayor intensidad por la implementación del modelo neoliberal; *b*) que la inaccesibilidad para las grandes mayorías a los derechos legales en clave liberal conduce a los denominados derechos adquiridos; *c*) que tanto las ideas de ciudadanía y sociedad civil apelan a condiciones y principios de universalidad, igualitarismo, reglas homogéneas, autonomía y vigencia de procesos deliberativos que no corresponden con la heterogeneidad y diversidad constitutiva de estas sociedades, y tampoco con la virtual condición de “ilegalidad” en la que sobrevive la mayor parte de su población; *d*) que a partir de la incompatibilidad entre las ideas de ciudadanía y sociedad civil de las democracias liberales y las condiciones reales de existencia de la población en las democracias poscoloniales, un término más adecuado es el que se encuentra en la noción de sociedad política³⁵ (Álvarez, 2019: 135-143).

³⁵ Esta noción permite abordar un tipo de relación con el Estado que implica ciertas formas de negociación y gestión que se inscriben fuera de la lógica de la sociedad civil y la ciudadanía. “Sociedad política refiere tanto a diversos grupos sociales y de pobladores e incluso a diversas clases, como a un tipo de prácticas y estrategias generadas por ellos que en sus luchas por lograr mejores condiciones de vida, las cuales casi siempre transgreden la legalidad instituida, ya sea porque se establecen en asentamientos clandestinos o porque acceden de manera ilegal a servicios como los del agua, electricidad, transporte, y otros, lo cual los conduce a establecer modalidades informales de negociación con las autoridades” (Álvarez, 2019: 142).

Una autora que también toma distancia de las ideas liberales para reconocer una diversidad de movimientos y subjetividades que posibilitan el surgimiento de nuevas *prácticas* e instituciones capaces de inscribirse en múltiples formas de democracia es Chantal Mouffe, quien vincula a la ciudadanía con la “construcción de una *identidad política*, una forma de identificación de los individuos que, más allá de sus distintas lealtades e intereses y de sus distintas concepciones del *bien*, se identifican en la *república* (comunidad política) y con los valores ético-políticos y las reglas que la constituyen” (Álvarez, 2019: 70).

Desde esta mirada, los individuos, nos dice Álvarez en su lectura de Mouffe, avanzan hacia la constitución de un *nosotros*, que se hace posible a través de lo que denomina cadena de equivalencias entre distintas demandas para articularlas a través de equivalencias democráticas.

En este punto, sería relevante identificar qué es lo que determina la identidad de una comunidad política y observar si las claves del clientelismo pueden traducirse en equivalencias democráticas. En acuerdo con Robert Gay, parece que el papel político del clientelismo aún tiene un amplio potencial para generar explicaciones y, bajo ciertas circunstancias puede tener un papel positivo e inesperado en el proceso de consolidación democrática (Gay, 1998: 7).

Plantear la vinculación de lo clientelar en términos bipolares a partir de preguntas sobre si fomentan u obstaculizan la participación ciudadana, orillaría a un tipo de respuesta del mismo carácter obviando el estudio de un fenómeno tan complejo y contradictorio.

En las nuevas agendas se trata de explorar en qué momento se fortalece o no la participación ciudadana, es decir, cuáles son las condiciones para que esto suceda y cuáles son los mecanismos que se activan para ello.

Vommaro y Quirós observan que diversos estudios apuntan a que las políticas focalizadas en la lucha contra la pobreza “tienen un papel fundamental en la constitución de vínculos y experiencias de politización de los sectores populares (Frederic y Masson, 2007; Merklen, 2005; Manzano, 2007; Quirós, 2009^a; Vommaro, 2007). El aspecto más destacado por los analistas se refiere, en general, al lugar que la circulación de los recursos –y la dimensión de intercambio– tiene en la constitución de la relación entre organizaciones políticas y vecinos (Vommaro y Quirós, 2011: 74).

Para ellos “se ha explorado poco el lugar que el hacer (aquello que las políticas prescriben) tiene en la constitución de esos vínculos”, ya que es en el hacer donde tanto agentes gubernamentales como expertos encuentran el ideal de una asistencia social vinculada al “empoderamiento” y la “participación de la sociedad civil”: el trabajo dispensado transforma los recursos en bienes merecidos, y a quienes los reciben en mercedores de, y en beneficiarios activos en camino a la “inclusión social”.

Desde la exclusión, el problema planteado por Fox acerca de la autonomía encuentra en la universalización de los derechos una línea de investigación que debe considerarse en aras de romper los ciclos de control particularista de los recursos. En este sentido la implementación de mecanismos de transferencias no condicionadas coadyuvaría al fortalecimiento de la autonomía que se requiere para transitar hacia una ciudadanía sustantiva que garantice el acceso a los derechos sociales.

Como complemento del debate, la propuesta de Chatterjee permite ubicar los problemas de la sociedad política a partir del necesario distanciamiento de los preceptos normativos característicos de las democracias occidentales para pensar desde diversas formas de relación con y en los Estados.

► Clientelismo y género

La participación política de las mujeres se expresa en distintos ámbitos de las instituciones formales e informales de nuestras democracias. Un denominador común en ambas esferas son las brechas de género que se reproducen a partir de condicionamientos fuertemente arraigados y de acuerdo con los cuales las esferas del poder político se relacionan tradicionalmente con lo masculino.

Mirar el clientelismo desde la perspectiva de género permite evidenciar la forma en que las relaciones de poder tienen diferentes implicaciones para hombres y mujeres, y cómo las estructuras patriarcales dominantes condicionan los espacios de participación y representación de las mujeres.

Se trata, como lo describe Chantal Mouffe, de “prácticas hegemónicas sedimentadas” que, para erradicarlas, se requiere una multiplicidad de miradas, diagnósticos, propuestas, voluntades y profundos cambios culturales e institucionales.

Desde la ciencia política, esas brechas de género han sido visibilizadas mediante una importante cantidad de investigaciones que se tejen en los ámbitos de la representación política y fundamentalmente de las instituciones formales, sin perder de vista una serie de instituciones informales mediante las que se reproducen las prácticas hegemónicas aludidas.

Los trabajos en la pista institucional –congresos o poderes ejecutivos, por ejemplo– dan cuenta de todo el trabajo que falta por hacer para llegar a la igualdad. Cálculos preocupantes de ONU Mujeres relacionados con la presencia de mujeres en los cargos ejecutivos describen un ritmo tan lento en la disminución de las brechas existentes entre mujeres y hombres que proyectan nuestra llegada al escenario de igualdad, dentro de 130 años.

Es en el terreno de las instituciones formales donde se perciben los avances más notables como por ejemplo la incorporación de medidas afirmativas como lo fueron

para México las cuotas de género y posteriormente las reglas de paridad que han impulsado un mayor equilibrio, al menos en la pista de la representación descriptiva. La representación sustantiva y simbólica son tareas aún pendientes.

En la pista de las instituciones informales resultan más complejas las mediciones que permitan elaborar diagnósticos y proyecciones. En la informalidad pareciera que los derechos de las mujeres aún corren por pistas equidistantes de difícil convergencia y ello debido en gran medida a que en este tipo de participación se observan inequidades que favorecen un acceso más frecuente de los hombres a los cargos de representación.

La vinculación del clientelismo con el género es una línea de investigación incipiente pero con un gran potencial para comprender la reproducción de las estructuras generizadas en este tipo de instituciones informales. Y, en esta misma línea, aquellas formas de participación en espacios que permiten tejer lazos de confianza y compromisos entre los ciudadanos y los partidos políticos son un campo poco explorado.

Autoras como Elin Bjarnegard (2013), Mariela Szwarcberg (2016), Flavia Freidenberg (2017) y Cristina Tapia (2022) destacan por incorporar el enfoque de género en sus trabajos sobre clientelismo.

Szwarcberg por ejemplo, evidencia brechas de género que ubican a las mujeres en niveles de subrepresentación “en todos los órdenes de la acción política”, mismos que no son equivalentes con su grado de participación en las redes de resolución de problemas.

La paradoja es interesante. Mientras las mujeres enfrentan problemas de discriminación e intimidación en el acceso a las estructuras formales dominadas por los hombres (partidos políticos), es en el terreno de la informalidad donde han encontrado formas de subsistencia, negociación y acumulación de capital simbólico mediante el impulso de redes de solución de problemas. Noel (2006) observa que el capital simbólico, convertido en capital político es más perdurable.

Ciertamente, los costos de participar en la política informal son menores que los de la política formal (Freidenberg, 2014) y esto lo saben ellas que han encontrado en los liderazgos territoriales capacidades para intercambiar sus apoyos a partir de la garantía de intereses que en el momento del intercambio les convengan (Tejera Gaona, 2017: 236).

Es así como en el terreno de lo clientelar pareciera que las mujeres han encontrado espacios de poder que, traducidos en fuerza territorial les permite ofrecer al mejor postor o a la mejor candidatura posicionada sus apoyos. Como apunta Tejera Gaona, “las redes y quienes las encabezan son pragmáticas, flexibles y propensas a cambiar la orientación de su apoyo político” (Tejera Gaona, 2017: 241).

En otra perspectiva, Tapia alude al concepto de “subsidio político de género” que define en términos de “un apoyo político obtenido por mujeres para figuras

masculinas o bien femeninas pero con una agenda masculinizada, proveniente de la capitalización de la desigualdad social entre géneros” (Tapia, 2022: 138).

El espacio de lo clientelar no es neutral, aquí es posible evidenciar amplias brechas de género que funcionan como una suerte de embudo cuando las mujeres intentan escalar cargos de representación en los partidos políticos. Sin embargo, en un plano analítico se requiere mayor evidencia empírica que permita determinar en qué medida el clientelismo limita o potencia las capacidades de las mujeres para afianzar y negociar el capital político acumulado.

Analizar la estructura, mecanismos e intercambios que se mueven en estas redes que se extienden más allá de los procesos electorales es una tarea pendiente. Las redes de apoyo que tejen estas mujeres rebasan los alcances de un proceso electoral, es decir son más complejas que eso y su funcionalidad es más amplia también. Se trata de redes que también funcionan como apoyos y pueden llegar a construir formas de capital social más allá de los intercambios electorales.

¿Estamos ante la construcción de circuitos alternativos que tienden a una mayor autonomía de las mujeres en el campo político o ante la ampliación de las brechas de género en los canales informales de la representación?

La omisión del enfoque de género en estudios sobre el clientelismo imposibilita evidenciar las distintas maneras en las que hombres y mujeres son afectados. Esta deuda en la investigación comienza a ser abordada por académicas y estudiantes de posgrado para incorporar una novedosa agenda de investigación.

Hacia una agenda renovada

Presentar un apartado de conclusiones parecería un despropósito ante un tema tan complejo. Lo que aquí interesa recuperar son reflexiones que revelen cómo desde posturas reduccionistas o estigmatizantes es imposible aprehender la multidimensionalidad y multifuncionalidad de un fenómeno tan extenso.

Nuevas interrogantes surgen desde la amplitud del horizonte de la investigación en terrenos no tradicionales donde se comprende de mejor manera la persistencia de una relación ancestral en los contextos de pluralidad y las democracias contemporáneas.

Sin ser exhaustivos, pretensión algo titánica e imposible en un tema tan complejo, hemos buscado dar cuenta de las perspectivas que abren nuevos cuestionamientos y caminos, tanto en términos conceptuales como en las metodologías utilizadas para los estudios sobre el clientelismo.

Plantear la revisión del concepto desde su raíz, su etimología, permite comprender que la palabra recoge un sentido que prevalece en las relaciones contemporáneas. Sin incorporar calificativos, el radical *client* (cliente, protegido, apoyo) resulta determinante para comprender de lo que estamos hablando.

Hacia finales de los años setenta, los textos académicos registraban relaciones que se daban a partir de la asimetría y la desigualdad. Cambios sustanciales se han dado desde entonces, lo que apunta a la necesidad de revisiones y redefiniciones sin perder el hilo de la raíz de la palabra, es por ello que en este texto sostenemos que la naturaleza originaria del fenómeno no ha cambiado.

Las modificaciones obedecen a los cambios contextuales y al tipo de regímenes en los que se inserta el fenómeno. Por ello en sociedades más abiertas y democráticas, emergen dimensiones de lo clientelar que permanecían en la sombra, y que han sido iluminadas a partir de trabajos de corte etnográfico.

La observación del clientelismo desde las redes permite observar tanto la verticalidad como la horizontalidad que se teje en la diversidad de casos de estudio elegidos por antropólogos, sociólogos o politólogos. Resulta de particular relevancia observar redes de intercambio que suavizan o desdibujan aquellas formas asimétricas de subordinación y desigualdad.

En el capítulo precedente han quedado delineadas las agendas de investigación que a nuestro juicio resultan de mayor importancia. En primer lugar, las redefiniciones

conceptuales son necesarias para determinar si el clientelismo cuenta con la suficiente capacidad para explicar los fenómenos que se desarrollan en las democracias contemporáneas. Desde nuestra perspectiva, el concepto mantiene su vigencia siempre y cuando no perdamos de vista lo fundamental de su etimología que es el apoyo y podamos diferenciarlo de otras formas de intercambio político. Es necesario revalorar las definiciones que apuntan hacia intercambios desequilibrados en contextos donde los clientes han adquirido mayores capacidades de negociación y los contextos de competencia y pluralidad favorecen la interlocución y negociación con diferentes patrones.

Otro tema que se vincula con sus capacidades o limitaciones en un contexto democrático es, sin duda el relacionado con la ciudadanía. En términos teóricos, hemos sido proclives a la adopción de modelos provenientes de regímenes donde las instituciones formales tienen mayor arraigo que en los latinoamericanos. Pensar en términos de otras formas de institucionalización y de instituciones informales parece una mejor ruta para comprender que nuestras formas de socialización política transitan por rutas que requieren explicaciones convergentes con los contextos estudiados.

Replantear la comprensión de la ciudadanía a partir de la insatisfacción de necesidades de amplios sectores excluidos en nuestras poblaciones, colocar en otro nivel de análisis el término de corrupción fuertemente asociado y pensar el capital social como posibilidad de redes comunitarias, constituyen alternativas para la agenda del clientelismo y la ciudadanía.

Encontramos en los renovados estudios sobre el clientelismo un amplio potencial para continuar con la revisión de aquellos mecanismos que se transforman en estructuras de acción colectiva con capacidad para su incorporación en el entramado institucional que se orienta al reconocimiento de derechos y al de una ciudadanía sustantiva a partir de la diversidad, el conflicto y el reconocimiento de una realidad de “desigualdad social realmente existente, en el seno de la distribución diferencial de los recursos en la sociedad y en la heterogeneidad cultural al interior de la comunidad política de referencia, buscando generar espacios de inclusión” (Álvarez, 2019: 90).

Finalmente, la incipiente agenda relacionada con el género representa, sin duda, uno de los enfoques más novedosos para evidenciar las desigualdades que se reproducen en donde las mujeres son las encargadas de tejer las redes de apoyo que se convierten en capital político explotado por los hombres en los espacios de la representación política. Sin embargo, son también las mujeres quienes en estos espacios pueden encontrar mayor autonomía. Mientras la generación de dudas e hipótesis persistan, el terreno para la investigación continuará en proliferación.

El clientelismo cuenta aún con una larga vida a partir de renovadas agendas de investigación que tiendan a la sistematización de los muchos caminos explorados. Las investigaciones apoyadas en metodologías propias de la etnografía política per-

miten comprender mecanismos de funcionamiento de las redes clientelares proclives a la generación de teorías de alcance intermedio para la comprensión de las relaciones clientelares desde “la otra institucionalización”.

Bibliografía

- Álvarez, L. (2004), *La sociedad civil en la Ciudad de México. Actores sociales, oportunidades políticas y esfera pública*, México, CIICH-UNAM/Plaza y Valdés.
- Álvarez, L. (2019), *(Re)pensar la ciudadanía en el siglo XXI*, México, CEIICH-UNAM/Juan Pablos.
- Ai Camp, R. (1996), *Politics in Mexico*, Nueva York, Oxford University Press.
- Arreola, Á. (2015), *Legislación electoral y partidos políticos en la República mexicana 1917-1945*, México, INEHRM/TEPJF/TEDF/UNAM.
- Auyero, J. (1997), *¿Favores por votos? Estudios sobre clientelismo político contemporáneo*, Buenos Aires, Argentina, Losada.
- Auyero, J. (2002), “Clientelismo político en Argentina: doble vida y negación colectiva”, *Perfiles Latinoamericanos*, núm. 20, México, FLACSO.
- Auyero, J. (2012a), *La política de los pobres: las prácticas clientelistas del peronismo*, Buenos Aires, Manatíal.
- Auyero, J. (2012b), “Los sinuosos caminos de la etnografía política”, *Pléyade*, núm. 10, International Institute for Philosophy and Social Studies.
- Auyero, J., y Benzecry, C. (2016), “La lógica práctica del dominio clientelista”, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, año LXI, núm. 226, México, UNAM.
- Bartra, R. y otros. (1975), *Caciquismo y poder político en el México rural*, México, Siglo XXI.
- Bjarnegard, E. (2013), *Gender, Informal Institutions and Political Recruitment. Explaining Man Dominance in Parliamentary Representation*, Reino Unido, Palgrave Macmillan.
- Boissevain, J. (1966), “Patronage in Sicily”, *Man*, JSTOR.
- Briquet, J.-L. (1998), “La politique clientélaire. Clientélisme et processus politiques”, Briquet, J.-L., y Sawicki, F., *Le clientélisme politique dans les sociétés contemporaines*, Paris, Francia, Presses Universitaires de France.
- Briquet, J.-L., y Sawicki, F. (1998), *Le clientélisme politique dans les sociétés contemporaine*, Paris, Francia, Presses Universitaires de France.
- Brusco, V., Nazareno, M., y Stokes, S. C. (2004), “Vote Buying in Argentina”, *Latin American Research Review*, vol. 39, núm. 2, Reino Unido, Cambridge University Press.
- Chatterjee, P. (2008), *La nación en tiempo heterogéneo y otros estudios subalternos*, México, Siglo XXI.
- Cobilt Cruz, E. (2008), *Entre el cliente y el patrón: la intermediación política en los periodos de latencia*, Tesis para obtener el grado de Maestra en Ciencias Sociales, México, FLACSO.

- Combes, H. (2011), “¿Dónde estamos con el estudio del clientelismo?”, *Desacatos*, núm. 36, México, CIESAS.
- Cornelius, W. (1973), “Contemporary Mexico, A Structural Analysis of Urban Caciquismo”, Kern, R., *The Caciques. Oligarchical Politics and the System of Caciquismo in the Luso-Hispanic World*, Albuquerque, University of New Mexico.
- Cornelius, W. (1996), *Mexican politics in Transition. The Breakdown of a One-Party-Dominant Regime*, Los Ángeles, EUA, UCLA.
- Cornelius, W., y Craig, A. (1988), “Politics in Mexico”, Almond, G., y Powel, G., *Comparative Politics Today*, Boston, Little Brown.
- Corominas, J. (1974), *Diccionario crítico etimológico de la lengua castellana*, Madrid, Gredos.
- Corrochano, D. (2002), “El clientelismo posmoderno”, *Perfiles Latinoamericanos*, núm. 20, México, FLACSO.
- Corzo, F. S. (2002), “El clientelismo político como intercambio”, Institut de Ciències Polítiques i Socials, España, Universitat Autònoma de Barcelona, https://ddd.uab.cat/pub/worpaper/2002/hdl_2072_1264/ICPS206.pdf
- Cruz Parceró, L. M. (2018), *Del clientelismo al capital social. Puentes para una ciudadanía en democracia*, Tesis de doctorado, México, UNAM, https://tesiuam.dgb.unam.mx/F/G89X3XHASGSE9E2T7A4V2IIIM7PMPTN7LGDYCS3UIUJLN6IGH9-05587?func=full-set-set&set_number=913512&set_entry=000001&format=999
- Cruz Parceró, L. M. (2019), *¿Qué hacemos con el clientelismo? Constitución y participación en la Ciudad de México*, México, IECM/PosgradoUNAM.
- Córdova, A. (1973), *La ideología de la revolución mexicana*, México, Era.
- De Coulanges, F. (2012), *La ciudad antigua*, Distrito Federal, México, Porrúa.
- Deniaux, E. (1993), *Clientèles et pouvoir à l'époque de Cicéron*, https://www.persee.fr/doc/efr_0000-0000_1993_ths_182_1
- Durston, J. (2000), *¿Qué es el capital social comunitario?*, Santiago de Chile, CEPAL.
- Durston, J. (2005), “¿Apatutados o Apechugadores? El clientelismo político en el campo chileno”, Porras, J. I. y Espinoza, V., *Redes: enfoques y aplicaciones del análisis de redes sociales*, Santiago de Chile, Universidad Bolivariana.
- Eisenstadt, S., y Roninger, L. (1984), *Patrons, Clients and Friends. Interpersonal relations and the Structure of Trust in Society*, Reino Unido, Cambridge University Press.
- Escalante, F. (2015), *El neoliberalismo*, México, El Colegio de México.
- Falcón, R. (1984), *Revolución y caciquismo en San Luis Potosí*, México, El Colegio de México.
- Foster, G. (1972), *Tzintzuntzan. Los campesinos mexicanos en un mundo en cambio*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Fox, J. (1994), “The Difficult Transition from Clientelism to Citizenship: Lessons from Mexico”, *World Politics*, vol. 46, núm. 2, Reino Unido, Cambridge University Press.

- Fox, J. (1995), "Local Governance and citizen participation, social capital formation and enabling policy environments", Wilson, R. y Cramer, R., *International Workshop and Good Local Government*, vol. II, EUA, University of Texas.
- Fox, J. (2012), "State power and clientelism: Eight propositions for discusión", Hilgers, T., *Clientelism in Everyday Latinamerican Politics*, Basingstoke, Palgrave Macmillan.
- Freidenberg, F. (2017), "La otra representación: vínculos clientelares a nivel local en México", *Andamios*, vol. 14, núm. 34, México, UACM.
- Günes-Ayata, A. (1997), "Clientelismo: premoderno, moderno, posmoderno", Auyero, J., *¿Favores por votos? Estudios sobre clientelismo político contemporáneo*, Buenos Aires, Argentina, Losada.
- Garnsey, P., y Saller, R. (1991), *El imperio romano. Economía, sociedad y cultura*, Barcelona, Crítica.
- Gay, R. (1998), "Rethinking Clientelism: Demands, Discourses and Practices in Contemporary Brazil", *European Review of Latin American and Caribbean Studies*, núm. 65, Amsterdam, CEDLA.
- Gilas, K. M., y Cruz Parceros, L. (2021), *Ciencia Política en perspectiva de género*, México, UNAM.
- Graziano, L. (1973), *Clientelismo e sistema politico. Il caso dell'Italia*, Milán, Italia, Franco Angeli Editore.
- Guerra, F.-X. (1988), *México. Del Antiguo Régimen a la Revolución*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Gómez de Silva, G. (1988), *Breve diccionario etimológico de la lengua española*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Guerra Lavalle, A., y Zaremberg, G. (2014), "Más allá de la representación y del clientelismo: hacia un lenguaje de la intermediación política", *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, México, UNAM.
- Hall, P. A., y Taylor C. R. (1997), "La science politique et les trois néo-institutionnalismes", *Revue française de science politique*, vol. 47, núms. 3-4, Francia, Presses de Sciences Po.
- Helmke, G., y Levitsky, S. (2006), *Informal Institutions and Democracy. Lessons from Latin America*, EUA, The Johns Hopkins University Press.
- Hilgers, T. (2012), "Democratic Processes, Clientelistic Relationships, and the Material Goods Problem", *Clientelism in Everyday Latin American Politics*, Nueva York, Palgrave Macmillan.
- Imízcoz, J. (2001), *Redes familiares y patronazgo. Aproximación al entramado social del País Vasco y Navarra en el Antiguo Régimen (siglos XV-XIX)*, País Vasco, España, Universidad del País Vasco.
- Kessler, G. (2016), "Presentación. Aportes para pensar el clientelismo sin prejuicios", Combes, H. y Vommaro, G., *El clientelismo político: Desde 1950 hasta nuestros días*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Kettering, S. (1988), "The Historical Development of political Clientelism", *The Journal of Interdisciplinary History*, vol. 18, núm. 3, EUA, MIT Press Direct.
- Kymlicka, W. (1996), *Ciudadanía Multicultural*, Barcelona, Paidós.
- Kitschelet, H., y Wilkinson, S. I. (2007), *Patrons, Clients, and Policies. Patterns of Democratic Accountability and Political Competition*, Reino Unido, Cambridge University Press.

- Kitschelt, H. (2000), "Linkages between Citizens and Politicians in Democratic Polities", *Comparative Political Studies*, vol. 33, núms. 6-7, SAGE Journals.
- Knight, A. (2000), "Cultura política y caciquismo", *Letras libres*, núm. 7.
- Landé, C. (1983), "Political Clientelism in Political Studies, Retrospect and Prospects", *International Political Science Review*, núm. 4, IPSA/AISP.
- Lechner, N. (1997), "Tres formas de coordinación social", *Revista de la CEPAL*, CEPAL.
- Lin, N. (1999), "Building a Network Theory of Social Capital", *Social Capital*, EUA, Routledge.
- Lipset, S. M., y Rokkan, S. (1967), *Party Systems and Voter Alignments: Cross National Perspectives*, EUA, The Free Press.
- Lomnitz, L. A. (1988), "Informal Exchange Networks in Formal Systems: A Theoretical Model", *American Anthropologist*, vol. 90, núm. 1, American Anthropological Association.
- Luján Verón, D. (2017), "Entre la autonomía y la dependencia. Lobby, clientelismo político e idea de estado en los contextos locales chilenos", *Polis*, vol. 16, núm. 48, Chile, Universidad de Los Lagos.
- March, J. G., y Olsen, J. P. (1984), "The New Institutionalism: Organizational Factors in Political Life", *The American Political Science Review*, vol. 78, núm. 3, Reino Unido, Cambridge University Press.
- Melucci, A. (2002), *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*, México, El Colegio de México.
- Médard, J.-F. (1976), "Le rapport de clientèle. Du phénomène social à l'analyse politique". *Revue française de science politique*, vol. 26, núm. 1, Francia, Presses de Sciences Po.
- Médard, J.-F. (1991), "L'État néo-patrimonial en Afrique noire", *États d'Afrique noire: formations, mécanisme et crise*, París, Karthala.
- Médard, J.-F. (1998), "Postface", Briquet, J. L., y Sawicki, F., *Le clientélisme politique dans les sociétés contemporaines*, Francia, PUF.
- Merton, R. (1965), *Éléments de théorie et de méthode sociologique*, Francia, Plon.
- Messner, D. (1999), "Del Estado céntrico a la 'sociedad de redes', Nuevas exigencias a la coordinación social", Lechner, N., Millán, R., y Valdés, F., *Reforma del Estado y coordinación social*, México, Plaza y Valdés/IIS-UNAM.
- Meyer, L. (2000), "Los caciques: Ayer, hoy ¿y mañana?", *Letras libres*.
- Migdal, J. S. (1988), *Strong Societies and Weak States. State-Society Relations and State Capabilities in the Third World*, EUA, Princeton University Press.
- Molina, J. L. (2001), *El análisis de redes sociales*, Bellaterra.
- Noel, G. (2006), La mano invisible: Clientelismo y prácticas políticas en sectores populares en la era de las ONG, Miguez, D. y Semán, P., *Entre santos, cumbias y piquetes las culturas populares en la Argentina reciente*, Buenos Aires, Biblos.
- North, D. (2012), *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Olson, M. (2001), "La lógica de la acción colectiva", Batlle, A., *Diez textos básicos de Ciencia Política*, Barcelona, España, Ariel.

- O'Donnell, G. (1993), *Delegative Democracy*, https://kellogg.nd.edu/sites/default/files/old_files/documents/172_0.pdf
- O'Donnell, G. (1996), "Otra institucionalización", *Política y Gobierno*, vol. III, núm. 2, México, CIDE.
- Ortiz de Rozas, V. (2017), "¿Clientelismo o representación política? El 'programa' de los mediadores políticos. Reflexiones desde Argentina", *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, año LXII, núm. 229, México, UNAM.
- Ostrom, E. (2005), *Understanding Institutional Diversity*, Washington, Library of Congress.
- Ostrom, E. (2011), *El gobierno de los bienes comunes. La evolución de las instituciones de acción colectiva*, México, FCE/IIS-UNAM.
- Ostrom, E., y Ahn, T. (2003), "Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: capital social y acción colectiva", *Revista Mexicana de Sociología*, año 65, núm. 1, México, UNAM.
- Ostrom, E., Poteete, A. R., y Jansen, M. A. (2008), *Trabajar juntos. Acción colectiva, bienes comunes y múltiples métodos en la práctica*, México, UNAM/FCE.
- Paré, M. L. (1999), "Caciquismo y estructura de poder en la Sierra Norte de Puebla", Barta, R., Boege, E., Calvo, P., Gutiérrez, J., Martínez Vázquez, V. R., y Paré, L., *Caciquismo y poder político en el México rural*, México, Siglo XXI/IIS-UNAM.
- Piattoni, S. (2001), *Clientelism, Interests and Democratic Representation. The European Experience in Historical and Comparative Perspective*, EUA, Cambridge University Press.
- Pizzorno, A. (1992), "La corruzione nel sistema politico, introduzione a lo scambio occulto", *Stato e mercato*, núm. 34.
- Powell, J. D. (1970), "Peasant Society and Clientelistic Politics", *The American Political Science Review*, vol. 64, núm. 2, American Political Science Association.
- Rabotnikof, N. (1990), *Corporativismo y democracia: una relación difícil*, México, IIS-UNAM.
- Ramírez Sáiz, J. M. (2003), "Organizaciones cívicas, democracia y sistema político", Aziz Nassif, A., *México al inicio del siglo XXI: democracia, ciudadanía y desarrollo*, México, CIESAS/MA Porrúa.
- Roniger, L. (1987), "Caciquismo and Coronelismo: Contextual Dimensions of Brokerage in Mexico and Brazil", *Latin American Research Review*, vol. 22, núm. 2, Reino Unido, Cambridge University Press.
- Rusconi, G. E. (1984), *Scambio, minaccia, decisione. Elementi di sociologia politica*, Bolonia, Il Molino.
- Schmitter, P. C. (2009), "The nature and future of comparative politics", *European Political Science Review*, vol. 1, núm. 1, Reino Unido, Cambridge University Press.
- Schmitter, P. (1974), "Still the Century of Corporatism?", *The Review of politics*, vol. XXXVI, núm. 1, Reino Unido, Cambridge University Press.
- Schröter, B. (2010), "Clientelismo político: ¿existe el fantasma y cómo se viste?", *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 72, núm. 1, México, UNAM.

- Schröter, B. (2012), "Promesas, recelo, deslealtad: lo que queda de las estructuras clientelares en la zona metropolitana de la ciudad de México", *Revista de Investigación Social*, núm. 14, México, UAM.
- Semo, E. (2012), *México: Del antiguo régimen a la modernidad. Reforma y revolución*. México, UNAM/UACJ.
- Silverman, S. (1970), "Exploitation in Rural Central Italy: Structure and Ideology in Stratification Study", *Comparative Studies in Society and History*, vol. 12, Reino Unido, Cambridge University Press.
- Stokes, S. (2005), "Perverse Accountability: A Formal Model of Machine Politics with Evidence from Argentina", *The American Political Science Review*, vol. 99, núm. 3, Reino Unido, Cambridge University Press.
- Szwarcberg Daby, M. (2016), "Género y clientelismo: lecciones del caso argentino", *SAAP*, vol. 10, núm. 1, Buenos Aires, Argentina, Sociedad Argentina de Análisis Político Argentina.
- Tácito, C. (s. f.), *Annales*, Libros I-VI, Gredos.
- Tapia Muro, C. (2022), "Las mujeres en el clientelismo político: una relectura del fenómeno desde la perspectiva de género", *Intersticios sociales*, núm. 23, México, Universidad de Colima.
- Ugalde, L. (2012), *Por una democracia eficaz*, México, Aguilar.
- Veyne, P. (1987), "El imperio romano", Aries, P. y Duby, G., *Historia de la vida privada*, Madrid, Taurus.
- Vommaro, G., y Combes, H. (2016), *El clientelismo político. Desde 1950 hasta nuestros días*, Buenos Aires, Argentina, Siglo XXI Editores.
- Vommaro, G., y Quiros, J. (2011), "'Usted vino por su propia decisión': repensar el clientelismo en clave etnográfica", *Desacatos*, núm. 36, México, CIESAS.
- Weingrod, A. (1968), "Patrons, Patronage, and Political Parties", *Comparative Studies in Society and History*, vol. 10, núm. 4, Reino Unido, Cambridge University Press.
- Zabludovsky, G. (2012), "El debate conceptual y las 'teorías de alcance intermedio': a propósito de la Sociología en México". *Acta Sociológica*, núm. 59, México, UNAM.
- Zaremborg, G. (2011), *¿Corporativismo informal?: Organizaciones de ambulantes y partidos políticos a partir de la alternancia electoral en México, Distrito Federal (2000-2005)*, Buenos Aires, Argentina, CLACSO.
- Zaremborg, G., y Gurza, A. (2014), "Más allá de la representación y del clientelismo", *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, núm. 221, México, UNAM.
- Zemelman, H. (2006), *El conocimiento como desafío posible*, México, IPN.
- Ziccardi, A. (1998), *Gobernabilidad y participación ciudadana en la ciudad capital*, México, IIS-UNAM/MA Porrúa.

Cientelismo, redes e intermediaciones.

Coordenadas para el debate

editado por la Universidad Nacional Autónoma de México,
se terminó de editar en su versión electrónica el 5 de
diciembre de 2022, en los talleres de
Guimark Total Quality S.A. de C.V.

Carolina 98-101, colonia Ciudad de los Deportes
Alcaldía Benito Juárez, C. P. 03710, Ciudad de México.

Diseño de portada y formación de interiores:
iGIRA

En la composición se usaron las tipografías
Gill Sans (forros)
Chaparral Pro y Gill Sans (interiores)

Cuidado editorial:
Departamento de Publicaciones, FCPyS, UNAM