

Estudios Sociales  
Universidad de Sonora  
estudiosociales@cascabel.ciad.mx  
ISSN (Versión impresa): 0188-4557  
MÉXICO

2004  
Jorge M. Audelo Cruz  
¿QUÉ ES CLIENTELISMO? ALGUNAS CLAVES PARA COMPRENDER LA  
POLÍTICA EN LOS PAÍSES EN VÍAS DE CONSOLIDACIÓN DEMOCRÁTICA  
*Estudios Sociales*, julio-diciembre, año/vol. XII, número 024  
Universidad de Sonora  
Hermosillo, México  
pp. 124-142



# ¿Qué es clientelismo? Algunas claves para comprender la política en los países en vías de consolidación democrática

*Jorge M. Audelo Cruz\**

Fecha de recepción: 23 de septiembre de 2004.

Fecha de aceptación: 23 de noviembre de 2004.

\*Licenciado en Relaciones Internacionales por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), candidato a Doctor en Ciencia Política en la Universidad de Salamanca, España; actualmente realiza su tesis doctoral sobre movimiento indígena en Oaxaca, México. Áreas de interés: movimientos sociales y democracia.

Domicilio: Calle Independencia 1081, Col. Centro, 44200, Guadalajara, Jalisco, Tel. (33) 38 25 46 29.

Correo electrónico: [jorgeaudelo@yahoo.com](mailto:jorgeaudelo@yahoo.com).

## Resumen / Abstract

En el marco del desarrollo político de los países en vías de consolidación democrática existe un concepto que es considerado prácticamente un lugar común en los análisis y estudios sobre los problemas políticos y sociales de algunos de países como el nuestro: el clientelismo. Sin lugar a dudas, se trata de un concepto que evoca aspectos negativos de la política al relacionársele, usualmente, con formas autoritarias o antidemocráticas de gobernar, lo cual le confiere una fuerte carga peyorativa; de ahí que nos planteemos preguntas como: ¿Qué es exactamente el clientelismo? ¿Es acaso una práctica exclusiva de nuestros políticos y de la sociedad mexicana? ¿Tiene que ver con un déficit de desarrollo democrático? ¿Es un rasgo de los países

There is a concept that is considered redundant in the analysis and works of the political and social problems of some countries like ours that are in the process of democratic consolidation: clientelism. Definitely, this is a concept that reminds us of the negative aspects of politics, usually, relating to authoritarian or anti-democratic ways of governing, and that is why it contains a strong pejorative feeling. Thus, we ask questions like: ¿What exactly is clientelism? ¿Is it an exclusive practice of Mexican politicians and the Mexican public? ¿Does it have something to do with a lack of democratic development? Is it a characteristic of developing countries? This article will try to give more light to the definition of this concept that is not only polemic



en desarrollo? Las líneas que a continuación se presentan, pretenden dar un poco más de luz en la definición de este concepto que, si bien polémico e interesante, muchas veces se utiliza sin comprender cabalmente su significado.

Palabras clave: clientelismo, política, democracia.

and interesting, but also is often used without properly understanding its meaning.

Key words: clientelism, politics, democracy.

## ¿Qué es el clientelismo?

**E**l concepto de clientelismo ha sido estudiado desde diferentes disciplinas, tales como la antropología, la sociología y la ciencia política, convirtiéndolo en definitiva, en un concepto pluridisciplinar. Entre estas materias, son en las aproximaciones sociológicas y políticas en donde existen mayores coincidencias en la manera de abordarlo. En la primera de ellas, el clientelismo se ha considerado en cuanto a las relaciones sociales y la modernización, mientras que desde la perspectiva política, se aborda desde los efectos que tiene este fenómeno en la política y en los sistemas políticos. Así, entre los autores más influyentes que lo han estudiado, encontramos por un lado a Eisenstadt y Roniger y por el otro a Graziano, Weingrod y Scott, entre otros, respectivamente.

Podemos definir al clientelismo como aquellas relaciones informales de intercambio recíproco y mutuamente benéfico de favores entre dos sujetos, basadas en una amistad instrumental, desigualdad, diferencia de poder y control de recursos, en las que existe un patrón y un cliente: el patrón proporciona bienes materiales, protección y acceso a recursos diversos y el cliente ofrece a cambio servicios personales, lealtad, apoyo político o votos.<sup>1</sup>

El enfoque que pretende darse a este artículo es el político. Si bien el clientelismo no es una práctica exclusiva de este ámbito, pues se desarrolla en

<sup>1</sup> Definición propia basada en los elementos descritos por Foster (1961: 1173-1192), Legg and Lemarchand (1972: 149-178), Landé (1973: 103-127), Schmidt, Guasti, Landé and Scott (1977: 13-20).



distintos terrenos de la dinámica social, el análisis del llamado clientelismo político resulta crucial, pues al ser una práctica oculta e informal, que no está regulada legalmente, poco se sabe de ella y de la manera en que se desarrolla. Además, si por lo general el objeto de los intercambios son los recursos públicos, sólo este hecho hace que este concepto sea de interés en términos de democracia.

Durante su desarrollo teórico este término ha adoptado diversas vertientes, con lo cual se ha caído en algunas confusiones conceptuales que es necesario aclarar. Por ejemplo, se debe distinguir al llamado "clientelismo tradicional" del "clientelismo moderno" –también llamado "de partido" (Graziano, 1974)–, en el sentido de que el primero ha sido estudiado como una simple relación entre individuos con un ámbito territorial limitado, mientras que la versión moderna tiene que ver más con una relación de una mayor dimensión espacial, en la que el partido político, visto como una organización compuesta por una compleja maquinaria integrada por un determinado número de intermediarios (actores clave), juega un papel fundamental.

Otro concepto con el que existe una tendencia a asociarlo, es el de corporativismo.<sup>2</sup> Muchas veces en los ámbitos académicos y políticos el término corporativismo suele ir acompañado del de clientelismo como si se tratara de un binomio considerado similar, y aunque el corporativismo permite un ambiente propicio para el despliegue de prácticas propias del clientelismo, la realidad es que se trata de dos conceptos distintos. Primero que nada, el concepto de corporativismo (independientemente de la tipología de que se trate: fascista, estatal, social, democrático) hace alusión a una manera concreta de representar intereses, una manera de intermediación (muchas veces formalizada mediante acuerdos o estatutos) entre las instancias de poder y los representados; un sistema en el que los actores fundamentales son el Estado, los partidos políticos y la sociedad civil representada por diversos grupos organizados. En cambio, el clientelismo, en cuanto concepto más general, se

<sup>2</sup> Es clásica la multicitada definición de Schmitter (1974: 93): "Sistema de representación de intereses en el cual, las partes constitutivas están organizadas dentro de un número limitado de categorías singulares, obligatorias, jerárquicamente ordenadas y funcionalmente diferenciadas, reconocidas o autorizadas (si no creadas) por el Estado, a las que les concede un deliberado monopolio de representación, dentro de sus respectivas categorías, a cambio de seguir ciertos controles en su selección de líderes y articulación de demandas y apoyos".



refiere fundamentalmente a relaciones informales de intercambio entre dos personas, las cuales no necesariamente tienen que ser instancias de poder político, ni grupos organizados; dichas prácticas pueden surgir y desarrollarse (y se desarrollan, de hecho) en cualquier ámbito social; de ahí que disciplinas como la antropología, principalmente, también hayan desarrollado interesantes estudios al respecto.

### **Clientelismo y democracia**

¿Es exagerado afirmar que el clientelismo es una práctica que afecta a la democracia o se trata simplemente de un hábito, una costumbre que permite alcanzar logros en la vida? En países como México es común considerar al clientelismo como una práctica cotidiana y normal: si se tienen amigos, conocidos, "conectes", en ámbitos de influencia, se puede tener éxito; si no se tienen, es seguro encontrarse con muchas dificultades, aun si se cuenta con los méritos o las aptitudes necesarias; por ejemplo, en el caso del ámbito laboral, para encontrar empleo o para aplicar a alguna promoción.

Muchas veces se suelen asociar las prácticas del clientelismo con estructuras tradicionales antidemocráticas. Posiblemente lo excluyente de esta práctica informal es lo que la convierte en antidemocrática.<sup>3</sup> En cualquier caso, en aquellos lugares donde haya algún poder que administrar vamos a encontrar al clientelismo, pues quien posee el poder puede, en un momento dado, en el mejor de los casos, favorecer a la persona que él decida, con el fin de que pueda pagarle ese favor de alguna manera (fidelidad, lealtad, complicidad, etcétera), y en el peor, simplemente porque se trata de algún amigo o conocido; precisamente uno de los problemas de esta situación, además de la opacidad en la que normalmente se desarrolla, es que la capacidad o los méritos de la persona beneficiada normalmente no son relevantes.

No obstante lo anterior, resulta irónico ver que existen países con un grado de modernización, desarrollo económico e incluso democráticos consolidados, en los que prevalecen este tipo de costumbres, tales como Austria, Japón y

<sup>3</sup> Para Robert Dahl (1992: 268) una de las virtudes de la democracia es precisamente el contar con una ciudadanía incluyente.



Estados Unidos (Ayse Günes-Ayta, 1994), de lo cual se puede inferir que no existe una relación causal directa entre desarrollo democrático y económico y clientelismo. En realidad resulta muy difícil medir el clientelismo. Es muy curioso ver en países democráticos la permanencia del clientelismo; es uno de los problemas más fascinantes de la antropología social y tiene una inercia histórica muy grande, toda vez que ha podido adaptarse y coexistir con regímenes democráticos durante decenas y decenas de años (Escudero, 1994: 16).

### **Clientelismo y desarrollo**

La existencia y la persistencia de las relaciones derivadas del clientelismo, tanto en sociedades modernas o desarrolladas como en países en desarrollo, se ha estudiado desde la perspectiva desarrollista y de la modernización. Dado que el clientelismo ha sido considerado como un rasgo de sociedades tradicionales, para el caso de las sociedades modernas o desarrolladas se ha tratado de explicar la coexistencia del clientelismo con la modernidad, sin hasta ahora tener una teoría empíricamente aceptable que explique la persistencia del clientelismo en países democráticos avanzados como Austria, Japón o incluso los Estado Unidos o por qué las políticas propias del clientelismo suelen ser más evidentes en países como Rusia o Ucrania que en los países bálticos. Ayse Günes-Ayta, (1994: 26) sólo distingue las formas postmodernas de participación con las premodernas, aduciendo que son sumamente diferentes entre sí, pero que permanecen en contraste con las formas institucionales modernas.

Del lado del por qué el clientelismo prevalece en sociedades en desarrollo, existen posiciones rescatables. Para autores como Boissevain (1966), Powell (1970), Weingrod (1968) y Silverman (1970), el clientelismo puede conducir a la modernización o al desarrollo democrático. Consideran que el clientelismo ha sido un paso adelante en términos de desarrollo político, mostrando lo funcional que son dichas prácticas, debido a que:

- a) Ha sido el medio para conectar el centro y la periferia y ha ayudado a aumentar la conciencia política en aquellos lugares donde la



participación directa ha estado limitada. Asimismo, las posiciones de patrones locales son reforzadas y en ocasiones ellos han sido capaces de reducir el impacto de gobiernos centrales rapaces sobre las comunidades locales.

- b) Ha conducido a las elites centrales a competir por posiciones de poder para contactar a los líderes locales en busca de apoyo. Con la modernización, el número de conexiones y de competiciones entre las elites locales se amplían, pero las demandas para la aplicación particular de políticas y la concesión de beneficios continúan prevaleciendo.

Para Huntington y Sartori, los partidos y los sistemas de partidos son "clientelistas" –orientados al patronazgo y localistas en sus etapas tempranas de modernización– pero se vuelven más programáticos e institucionalizados con el desarrollo progresivo (Kitschelt, 2000: 856).

Para aquellos que consideran que el clientelismo inhibe la modernización o el desarrollo democrático, como Lemarchand y Legg (1971), Schneider (1972) y Barnes y Sani (1974), el clientelismo no condujo ni a la democracia o a la modernización, sino al contrario, tuvo un efecto que impidió la promulgación de políticas universales y desalentó el desarrollo de la participación y apoyo ciudadano, como contingente a la implementación de políticas generales. Señalan incluso que en el patronazgo de vínculos partidistas –lo que implica un marco electoral– la participación de los ciudadanos se vuelve fragmentada, personalizada y dirigida hacia el *status quo*.

Algunos de los principales exponentes del clientelismo proponen una aproximación multidimensional que va más allá de los análisis estructurales y funcionales, analizando, entre otros, aspectos como:

1. El carácter organizacional de las redes "clientelistas"; es decir, si éstas muestran una estructura particular o si están unidas a contextos institucionales más amplios, como la administración central o cuerpos formales como partidos políticos y sindicatos. Esta dimensión se puede analizar en términos de estrategias de coalición, relaciones entre centro y periferia y aproximaciones orientadas hacia el interés o hacia al poder.



2. Intercambios "clientelistas" en donde la perspectiva de la reciprocidad, la evaluación de los intercambios (poder, prestigio, solidaridad, etcétera) y el grado en el que los actores deciden moderar su conducta reconociendo elementos sociales y morales, juegan un papel determinante (Roniger, 1994: 13).

Por otro lado, Landé (1983) defiende la coexistencia del clientelismo aun en sistemas institucionales modernos. Desde su perspectiva, las formas institucionales modernas y el clientelismo no solamente han sido compatibles, sino también complementarios; asegura que las formas constitucionales no proporcionan la estructura adicional necesaria para resolver necesidades individuales en la forma de relaciones voluntarias, selectivas y afectivas. De ahí que su concepto de *addenda* (aceptado ampliamente desde la teoría desarrollista), represente una herramienta analítica para la investigación empírica.

El clientelismo también se ha considerado como parte del problema de la perpetuación de la pobreza y la desigualdad, pero no porque sea perverso en sí mismo, sino porque en general son las personas ricas y no las pobres quienes lo practican con mayor frecuencia y provecho. En este orden, el clientelismo autoritario, en particular, reproduce relaciones de poder extremadamente desiguales entre los partidos políticos y los grupos pobres, sobre todo cuando el clientelismo se ejerce localmente por individuos que actúan como nexos dominantes (Narayan, 1999: 89).

En este sentido, autores como Scott (1969: 1150), afirman que la pobreza desempeña un papel crucial en el desarrollo de la política "clientelar". Al describir a los pobres como "la clientela en masa de las estructuras", considera que siempre están abiertos a recibir toda clase de estímulos materiales, como favores, trabajo, dinero o (refiriéndose a ciudades mexicanas) servicios básicos.

## **Clientelismo y corrupción**

Las relaciones "clientelares" se consideran como un vínculo informal que cuenta con su propio código de asignación de recursos, de fidelidad y de intercambio.



En general, la mayoría de los estudiosos del tema han ido delimitando las características principales de este tipo de relaciones, viéndolas como informales y apartadas del derecho y la moral social y, en consecuencia, invadiendo el terreno de la corrupción.

El término más comúnmente asociado al clientelismo político es la corrupción. En efecto, de acuerdo a Graziano (1980: 58) ambos fenómenos poseen una función instrumental similar, toda vez que privatizan la vida pública y consideran a los bienes públicos como elementos divisibles y excluyentes, a los que se les da un precio y los cuales no se desenvuelven dentro de los parámetros de legalidad. Quizás la principal causa de su identificación se encuentra en que el clientelismo, en ocasiones, puede ser un instrumento al servicio de la corrupción y ésta, a su vez, puede ser consecuencia del clientelismo cuando se sobrepasan los márgenes de la legalidad. En ambos casos se vinculan, lo cual no quiere decir que necesariamente sean lo mismo.

La relación entre clientelismo y corrupción ha sido objeto de análisis desde hace tiempo. La corrupción ha sido vista como un elemento más de los que intervienen en los intercambios "clientelistas". Cazzola (1988 y 1992), por ejemplo, ha resaltado la continuidad entre estos dos fenómenos, considerando aspectos como el intercambio de favores, la desconfianza generalizada o la ausencia de una cultura política.

No obstante, investigaciones más recientes en este campo, como las de Della Porta (1994 y 1995), han conceptualizado las dos manifestaciones de forma separada, considerando al clientelismo como votos a cambio de favores y, por otra parte, la corrupción como dinero a cambio de favores (en este segundo caso, tomando en cuenta la ausencia de subordinación política).

En términos jurídicos, la corrupción política se concretaría con el soborno, que consiste en pagar una cantidad de dinero a cambio de no cumplir con una obligación, y con la extorsión, que garantiza la eficacia y rapidez en el cumplimiento de una obligación.<sup>4</sup>

Para Pizzorno (1992: 42), por ejemplo, la tendencia a la corrupción de una cultura política determinada puede constituir un factor explicativo crucial, en

<sup>4</sup> Entre las diversas figuras jurídicas para determinar el tipo de corrupción encontramos el cohecho, el fraude, el tráfico de influencias, la malversación de fondos, la estafa, la falsificación de documento público, etcétera (Garzón, 1995).



el sentido de que favorece un ambiente de predisposición hacia prácticas corruptas y "clientelares"; las variaciones en la densidad de la corrupción a menudo dependen más de la disposición de las personas a ser corruptas, que de la estructura de incentivos en un momento dado.

A pesar de que le es difícil delinear exactamente la relación entre clientelismo y corrupción, Kitschelt (2000: 853) reconoce que la corrupción implica incluso el uso de las oficinas pública para fines privados, ya sean éstos para asuntos personales o para promover a un grupo político (partido o facción). Considera que la corrupción aparece en muchas políticas y en muchas formas; en democracias "clientelistas", por ejemplo, funciona directamente a través de las relaciones de intercambio democrático, mientras que bajo condiciones de competición de partidos programáticos puede ser más accidental que parte integral del sistema.

Podemos afirmar que una de las diferencias entre el clientelismo y la corrupción es que una práctica "clientelista" no necesariamente tiene porque ser ilegal, mientras que la corrupción sí. El clientelismo es aceptado sobre todo cuando todos los que recurren a sus prácticas obtienen un beneficio; en cambio, aunque se practique, la corrupción no suele ser aceptada popularmente.

Respecto de los intercambios que se producen en el marco del clientelismo político, se considera que las prácticas se desarrollan no sólo desde una perspectiva minimalista de votos a cambio de favores, sino más bien como aquellas que conforman una relación constante, que se mantiene en el tiempo y que puede incluir intercambios diversos en un sentido amplio.

En la tabla 1 se muestran algunos posibles intercambios "clientelistas" ideales que pueden generarse entre grupos de interés, partidos políticos y el gobierno en turno, independientemente del tipo de partidos que existan en una democracia de corte "clientelista" o en transición (como el caso de México). Por supuesto, la frecuencia y la intensidad de los intercambios dependerán del tipo de organización o grupo de que se trate, así como de lo importante que sea atender demandas para el gobierno en una "estructura de oportunidad política"<sup>5</sup> concreta. También puede inferirse que en un período de campañas

<sup>5</sup> El concepto de "estructura de oportunidad política", creado por Sydney Tarrow, representa un instrumento muy útil para analizar los movimientos sociales y los grupos de interés. De acuerdo con



políticas, los intercambios "clientelistas" pueden incrementarse a diferencia de aquellos que se generan en períodos no electorales. Con estos supuestos, podríamos esbozar una gran diversidad de ejemplos prácticos; uno de ellos sería:

1. La Confederación Nacional Campesina (CNC) le ofrece al Secretario General del Partido Revolucionario Institucional (PRI) un determinado número de votos (condicionados por el reglamento interno) para la siguiente elección; el PRI le da a cambio vales de despensa a sus militantes.
2. La CNC le ofrece al gobierno una buena disposición para firmar acuerdos sobre política agraria, a lo que el alto funcionario de gobierno responde dándole a cambio un cargo en la administración pública al hijo del dirigente de la CNC.

## **Clientelismo y capital social**

El principal vínculo que puede existir entre la teoría del capital social con la del clientelismo, es, sin duda, la existencia del factor "confianza" en las relaciones "clientelares",<sup>6</sup> a lo que algunos autores han denominado "amistad instrumental" (Wolf, 1966; Pitt-Rivers, 1969: 140) y que tiene que ver con la existencia de sentimientos y emociones, en la medida en que los sentimientos de afecto, de seguridad y de pertenencia, por una parte, y de rabia, miedo y rechazo, por

---

Tarrow, la oportunidad política son las señales continuas (aunque no necesariamente permanentes, formales o a nivel nacional) percibidas por los agentes sociales o políticos que los animan o desaniman a utilizar los recursos con los que cuentan para crear movimientos sociales; es decir, el contexto es un factor determinante para el surgimiento y desarrollo de un movimiento social (o su eventual transformación en grupo de interés); asimismo, este concepto tiene que ver tanto con la creación de oportunidades para ellos mismos y para otros actores, como con el aprovechamiento (para el movimiento social) de esta estructura de oportunidad para influenciar sobre la agenda pública (Mc Adam, Mc Carthy, John & Zald y Mayer, 1996).

<sup>6</sup> Entre los estudios más interesantes sobre el clientelismo político y el protagonismo de la confianza o el deber (*trust*) se encuentran los de Eisenstadt y Roniger (1981: 271-296), Eisenstadt y Roniger (1984), Gambetta (1988) y Roniger (1990).



Tabla 1. Intercambios clientelistas entre actores políticos

Grupo de interés (ofrece)		Partido político	Gobierno
Partido	Gobierno	(da a cambio)	(da a cambio)
Votos (libre o condicionado mediante estatuto del grupo)	Votos o promesa de votos (libre o condicionado mediante estatuto del grupo)	Cargos dentro del partido a familiares o amigos de los líderes de la organización	Asignación a líderes, familiares o amigos de líderes de la organización de cargos dentro de la estructura de gobierno
Asistencia a eventos políticos	Asistencia a eventos políticos	Ayudas económicas o en especie (despensas, bonos para alimentos, vales de descuentos y hasta dinero en efectivo)	Ayudas económicas o en especie a líderes o miembros rebeldes que supongan un riesgo para la gobernabilidad o en el caso de no ser posible acceder a sus demandas
Apoyo para evitar (o hacer todo lo posible para evitar) manifestaciones o movilizaciones y llegar a acuerdos internos con los demandantes inconformes	Buena disposición para firmar acuerdos y convenios  Apoyo para evitar (o hacer todo lo posible para evitar) manifestaciones o movilizaciones y llegar a acuerdos internos con los inconformes	Cumplir promesas de campaña a cambio de votos en elecciones determinadas	Acceder a demandas de las organizaciones (prioridad en atención de servicios públicos como pavimentación, agua potable, luz, etc., y, en el caso de comunidades rurales, apoyos en especie o recursos económicos) a cambio de su voto en elecciones determinadas
Promoción de una buena opinión ante la sociedad	Promoción de una buena opinión ante la sociedad		

Fuente: elaboración propia



otra, surgen de las interacciones sociales y las retroalimentan. De esta manera, hay un círculo vicioso en el cual la desconfianza es confirmada por la agresión o el engaño y que lleva a rechazar la cooperación y los gestos de afecto. Sin embargo, hay también una dinámica virtuosa, que se ejerce cada vez que es retribuido un gesto de amistad o de confianza con un acto igualmente positivo o aún más positivo, con lo que se refuerza un vínculo de amistad o de afecto.

Según Bourdieu (1985) el capital social es la suma de los recursos reales o potenciales ligados a la posesión de una red duradera de relaciones de reconocimiento mutuo más o menos institucionalizadas. Coleman (1990) propone algo parecido cuando afirma que los recursos socio-estructurales constituyen para el individuo un activo de capital y facilitan ciertas acciones de los individuos que están en esa estructura. Como otras formas de capital, dice Coleman, el capital social es productivo y posibilita el logro de ciertos fines que no se alcanzarían en su ausencia.

Putnam (1993), en su estudio sobre las reformas de descentralización en Italia, considera que el capital social está constituido por aquellos elementos de las organizaciones sociales, como las redes, las normas y la confianza, que facilitan la acción y la cooperación para beneficio mutuo, pues, como dice, el trabajo en conjunto es más fácil en una comunidad que tiene un acervo abundante de capital social. Asimismo, encontró que los clientelismos tradicionales y las relaciones informales de "faccionalismo" y dirigismo (en este caso, campesino) pueden apoderarse de las innovaciones formales para adaptarlas a las relaciones de poder establecidas. En estas condiciones, el apoyo material del Estado se transmite no como una inversión de capital productivo o de capital social, sino como un reparto de favores conforme a la clásica lógica "clientelista".

Basándome en el análisis que hace Putnam sobre las virtudes del capital social, considero que el clientelismo no es una modalidad de capital social, sino, más bien, una carencia de éste. Así, una comunidad determinada puede tener un acervo abundante de este recurso (a lo que llamo "superávit de capital social") y también puede contar con un "déficit de capital social". Lo que determinaría esta deficiencia de capital social, lo podemos encontrar, por ejemplo, en la experiencia histórica y, como consecuencia de ésta, en las prácticas de clientelismo autoritario.



Putnam afirma que la posibilidad de que se dé un proceso de repetición de gestos de reciprocidad y de actividades cívicas que conllevan al surgimiento de una sociedad civil fuerte, depende en gran medida de la trayectoria histórica que se haya seguido en cada caso (*path dependence*), en el sentido de que la existencia o ausencia de una tradición de capital social determina de manera importante si una comunidad o sociedad aprovechará o no las oportunidades de desarrollo que se le abren. De este modo, el capital social puede transferirse entre asociaciones y organizaciones de los más diversos tipos y entre el ámbito económico, el político y el sociocultural, con lo cual, si no existe una experiencia histórica de prácticas de capital social (confianza, cooperación, intercambio, etcétera), habrá un "déficit de capital social".

Por su parte, Portes y Landolt (1996) y Putzel (1997) sostienen que el capital social esconde un lado oscuro (*downside*) que puede llevar a la discriminación, la explotación, la corrupción y la dominación por mafias y sistemas autoritarios. Estos críticos desconfían de bondades que se le atribuyen al capital social como panacea universal. Este lado oscuro podríamos llamarlo, entonces, un "capital social deficitario".

Portes (1998) advierte que la sociabilidad puede ser fuente de bienes públicos, como los celebrados por Coleman, Loury y otros, pero también de males públicos, como la tendencia a desincentivar la iniciativa individual, la exclusión de los otros, y la restricción de la libertad. Las normas de solidaridad y de asistencia mutua pueden dar origen a una actitud de aprovechamiento injusto de los esfuerzos de los demás, en el que se disipan las oportunidades de acumulación. Sostiene, además, que la mafia y otros grupos delictivos son ejemplos de que la incrustación de los intercambios económicos en las estructuras sociales puede ser desviada hacia fines socialmente indeseables. Los efectos del capital social pueden ser aprovechados por agentes más poderosos para reforzar relaciones de dominación y explotación basadas principalmente en la violencia y el miedo. La institución social de las mafias y de otras organizaciones criminales, así como las estructuras políticas propias del clientelismo autoritario, utilizan estos aspectos del capital social e incluso tratan de asemejarse lo más posible al capital social comunitario (o democrático) para beneficiarse de la fuerza de sus normas y de las relaciones de control social que nacen de éste.



Una de las principales causas de la emergencia del capital social colectivo es que todos los grupos humanos compiten entre sí por conquistar el control sobre los recursos y los territorios. Parte de la estrategia de cooperación colectiva tiene como objetivo excluir a los grupos rivales de ese control y, en el caso de los grupos más poderosos, subordinar socialmente a otros grupos. En términos de desarrollo, por ejemplo, la exclusión y la subordinación desempeñan un papel en la reproducción de la pobreza, y los grupos más poderosos –esto es, con mayores activos– movilizan su capital social precisamente para reproducir la exclusión y por ende la pobreza.

La cooperación en pequeños grupos organizados es una tendencia universal de los seres humanos. Es igualmente universal la tendencia a que determinados grupos sean excluidos. De este modo, el capital social está esencialmente conectado a la exclusión social, en la medida en que los procesos sociales e institucionales excluyen a ciertos grupos de la participación plena en la vida económica, cultural y política. Narayan (1999) afirma que los lazos que unen también excluyen; los grupos y las redes sólo funcionan mediante la inclusión de algunos y la exclusión de otros, por lo que el capital social puede contribuir a mantener la exclusión en las culturas socialmente diferenciadas.

De acuerdo a este análisis, podemos afirmar que las prácticas “clientelistas” son una manifestación de un “déficit de capital social” y, dada su naturaleza excluyente, inhibe a su vez el desarrollo de prácticas democráticas.

## **Conclusiones**

Con las modestas líneas que se integra este ensayo, no se ha intentado ser exhaustivo en el estudio del clientelismo. La finalidad ha sido recoger las principales vertientes teóricas con las que se suele asociar para tener una mejor comprensión del mismo, tener una mayor claridad al momento de utilizarlo y así evitar caer en confusiones conceptuales.

Se mencionaba al inicio de este ensayo que el énfasis principal que pretendía darse es político, y es que después de haber hecho un pequeño repaso por algunas de las principales definiciones de clientelismo, así como su vínculo con otros conceptos, encontramos que la variable “poder” resulta



crucial. Quien tenga poder de cualquier índole (económico, institucional, político), puede realizar prácticas "clientelistas" en un momento dado.

Hemos visto además que hay evidencia empírica de que las prácticas del clientelismo se desarrollan aun en democracias consolidadas, muchas de las cuales poseen un elevado grado de cultura política democrática, con lo cual, el planteamiento de que existe una correlación inversa de este concepto con una cultura política democrática (a mayor cultura política democrática menor clientelismo y viceversa), no resulta válido, por lo que hay que buscar la explicación en otras variables (por supuesto, con los problemas de medición que posee el estudio del clientelismo). Sin embargo, lo que sí resulta claro es que en países como el nuestro, donde aún existe una deficiente cultura democrática, todavía prevalecen estas prácticas, y hay que subrayar los riesgos que puede suponer el continuar desarrollándolas en general, en democracias en vías de consolidación, pues la línea que separa al clientelismo de la corrupción es muy delgada. Si bien es cierto que la corrupción puede desarrollarse, y se desarrolla en cualquier sistema político, en el caso mexicano sus efectos se resienten en mayor medida dada nuestra característica dependencia económica, por lo que no podemos permitirnos seguir ejerciéndola. En términos de clientelismo político, como hemos señalado, se generan acciones como el fraude, la malversación de fondos, estafas y prácticas tales que lesionan seriamente, además de la economía, la credibilidad ciudadana y, con ello, a las instituciones, pero sobre todo, y lo que es peor, contribuyen a obstaculizar una consolidación democrática.

En suma, las prácticas del clientelismo son una realidad cotidiana en nuestra sociedad y se infiere que será difícil desprenderse de ellas, pues el clientelismo encuentra en culturas como la mexicana, donde persiste la falta de respeto a las reglas formales, un caldo de cultivo ideal para su sobrevivencia; es por ello que, si efectivamente queremos vivir en democracia, debemos reflexionar en la necesidad de dejar de tratar a los demás con esta suerte informal de amistad útil y desigual.



## Bibliografía

- Ayse Günes-Ayata (1994) "Clientelism: Posmodern, Modern, Postmodern", en Luis Roniger and Ayse Günes-Ayata, *Democracy, Clientelism and Civil Society*, Lynne Rienner Publishers, Inc., USA.
- Barnes, Samuel H. y Giacomo Sani (1974) "Mediterranean Political Culture and Italian Politics: An Interpretation", *British Journal of Political Science*, núm. 4, pp. 283-305.
- Boissevain, Jerem (1966) *Patronage in Sicily*, Man, New Series, vol. I, issue 1, pp. 18-33.
- Bourdieu, P. (1985), "The Forms of Capital", en J. Richardson (comp.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Nueva York, Greenwood.
- Cazzola, F. (1988) *Della Corruzione*, Bologna, Il Mulino.
- (1992) *L'Italia del pizzo*, Torino-Einaudi.
- Coleman, James (1990) *Foundations of Social Theory*, Cambridge Massachusetts, Belknap Press.
- Dahl, Robert (1992) *La Democracia y sus críticos*, Paidós, Barcelona.
- Della Porta & A. Vanucci (1994) *Corruzione Política e Amministrazione Pubblica*, Bologna: Il Mulino.
- Della Porta & Y. Mény, eds. (1995) *Corruzione e democrazia*, Napoli: Liguori.
- Eisenstadt, S. N. y Luis Roniger (1981) "The Study of Patron-Client Relations and Recent Developments in Sociological Theory", en S. N. Eisenstadt y R. Lemarchand (eds.) *Political Clientelism, Patronage and Development*, Londres
- (1984) *Patrons, Clients and Friends: Interpersonal Relations and the Structure of Trust in Society*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Escudero, Manuel (1994) "Como el aire que respiramos", *El País*, España, 11 de marzo.
- Foster, G. M. (1961) "The Dyadic Contract: a Model for the Social Structure of the Mexican Peasant Village", en *American Anthropologist*, vol. 63, New York.
- Gambetta, D., ed. (1988) *Trust*, London, Blackwell Publications.
- Garzón Valdés, E. (1995), "Acerca del concepto de corrupción", *Claves de Razón Práctica*, Madrid, núm. 56, octubre.
- Graziano, L., ed. (1974) *Clientelismo e mutamento político*, Milano, Angeli.
- (1980) *Clientelismo e Sistema Político, Il caso dell'Italia*, Milan.
- Kitschelt, Herbert (2000) "Linkages Between Citizens and Politicians in Democratic Polities", *Comparative Political Studies*, vol. 33, núm. 6/7.
- Landé, C. H. (1975) "Networks and Groups in Southeast Asia", en *American Political Science Review*, march, pp. 103-127.
- Landé, C. H. (1983) "Political Clientelism in Political Studies, Retrospect and Prospects", *International Political Science Review*, vol. 4, núm. 4, pp. 435-454.
- Legg, K. and R. Lemarchand (1972) "Political Clientelism and Development. A Preliminary Analysis", en *Comparative Politics*, vol. 4, núm. 2.
- Lemarchand and Legg (1971) "Political Clientelism and Development: A Preliminary Analysis", *Comparative Politics*, núm. 4, pp. 149-179.



- Mc Adam, Doug, John Mc Carthy & Mayer N. Zald, eds. (1996) *Comparative Perspectives on Social Movements*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Narayan, Deepa (1999) *Bonds and Bridges: Social Capital and Poverty*, Washington, D.C., Banco Mundial.
- Pitt-Rivers, A. Julián (1969) *The People of the Sierra*, Chicago University Press.
- Pizzorno, Alessandro (1992) *La corruzione nel sistema politico, introduzione a lo scambio occulto*, Il Mulino, Bologna.
- Portes, Alejandro y Patricia Landolt (1996) "The Downside of Social Capital", *The American Prospect*, vol. 7, núm. 26.
- Portes, Alejandro (1998) "Social Capital: its Origins and Applications in Modern Sociology", *Annual Review of Sociology*, vol. 24, núm. 1.
- Powell, J. D. (1970) "Peasant Society and Clientelistic Politics", *American Political Science Review*, núm. 64, issue 2, pp. 411-425.
- Putnam, Robert (1993) *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton, Princeton University Press.
- Putzel, James (1997) "Accounting for the Dark Side of Social Capital: Reading Robert Putnam on Democracy", *Journal of International Development*, vol. 9, núm. 7.
- Roniger, Luis (1990) *Hierarchy and Trust in Modern Mexico and Brazil*, New York, Praeger Publications.
- Roniger, Luis and Ayse Günes-Ayata (1994) *Democracy, Clientelism and Civil Society*, Lynne Rienner Publishers, Inc., USA.
- Scott, James C. (1969) "Corruption, Machine Politics and Political Change", *American Political Science Review*, vol. 63.
- Schmidt, S. W., Guasti, C. H. Landé and James C. Scott, eds. (1977) *Friends, Followers and Factions. A Reader in Political Clientelism*, University of California Press.
- Schmitter, Philippe (1974) "Still the Century of Corporatism?", *Review of Politics*, 36, 1, p. 85-131.
- Schneider, P. (1972) "Modernization and Development", *Comparative Studies in Social History*, núm. 14, pp. 328-349.
- Silverman, S. T. (1970) "Exploitation in Rural Central Italy: Structure and Ideology in Stratification Study", *Comparative Studies in Society and History*, núm. 12, pp. 327-339.
- Weingrod, A. (1968), "Patrons, Patronage and Political Parties", *Comparative Studies in Society and History*, núm. 19, pp. 377-400.
- Wolf, E. (1966), "Kindship, Friendship and patron-client relationships in complex societies", en M. Banton, *The social anthropology of complex societies*, London, Tavistock Publications.