

Pobreza y política: un vistazo al clientelismo en zonas marginadas en México

Poverty and politics: a look at clientelism in marginalized areas of Mexico

Ana Isabel Ortega Vázquez

Estudiante de la Licenciatura en Ciencia Política de la Universidad de Guanajuato
ai.ortegavazquez@ugto.mx

Yoana Almanza Valadez

Estudiante de la Licenciatura en Ciencia Política de la Universidad de Guanajuato
y.almanzavaladez@ugto.mx

Elizabeth Cristina Cobilt Cruz

Profesora-Investigadora del Departamento de Estudios Políticos y de Gobierno de la Universidad de Guanajuato
ec.cobilt@ugto.mx

Resumen

El clientelismo ha dejado una huella indeleble en la historia política de México y continúa siendo un desafío para la democracia en el país. A lo largo de los años, esta práctica arraigada ha permeado las diferentes entidades, generando un impacto significativo en el sistema político y en la calidad de la democracia a nivel local. Este artículo tiene por objetivo presentar y analizar la información sobre artículos o capítulos de libros publicados acerca del clientelismo del 2007 al 2022, más aún es de nuestro interés centrarnos en cómo las carencias económicas permiten a los líderes y partidos políticos establecer relaciones de tipo clientelar.

Palabras clave: pobreza; clientelismo; programas sociales; México; política.

Introducción

La pobreza, una realidad dolorosa que de acuerdo con el CONEVAL (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social) se estima que afecta al 38.3% de la población en México. No solo representa un reto económico y social, sino que también se convierte en uno de los principales motivos que impulsan las prácticas clientelares en el ámbito político del país. Estas prácticas, conocidas por su intercambio de favores y beneficios a cambio de apoyo político, han dejado una huella significativa en la historia política de México, amenazando la consolidación de una democracia equitativa y participativa.

En este artículo de divulgación, exploramos cómo la pobreza se convierte en un caldo de cultivo para el clientelismo en México. Analizaremos cómo la desigualdad socioeconómica y la falta de oportunidades generan una dependencia de los ciudadanos hacia los líderes políticos, quienes utilizan el clientelismo como una estrategia para mantener y expandir su base de apoyo.

Adentrándonos en la dinámica del clientelismo, identificamos cómo los líderes políticos explotan las condiciones precarias de las comunidades más vulnerables, ofreciendo asistencia y dádivas a cambio de lealtad política. Asimismo, examinaremos cómo estas prácticas influyen en la toma de decisiones políticas y en la representatividad de la ciudadanía, lo que puede socavar los principios fundamentales de una democracia sólida.

A través de ejemplos concretos y datos relevantes, evidenciamos cómo el clientelismo perpetúa la pobreza al fomentar un ciclo vicioso de dependencia y desigualdad en algunos estados de México y el país en general.

Definición del Clientelismo

Según Bárbara Schröter (2010), el clientelismo “denota el intercambio de bienes y servicios por apoyo político y votos [...]. Se trata de una relación diádica, en la cual una persona poderosa (el patrón) pone su influencia y sus medios en juego para dar protección o ciertas ventajas a una persona socialmente menos poderosa (el

cliente) que le ofrece un respaldo y servicios al patrón [...]. La relación entre el cliente y el patrón es personal. Ambas personas deben conocerse bien para poder construir una relación de lealtad y confianza, a lo que se le denomina por Julian Pitt Rivers como *lop-sided friendship* o *amistad interesada*. Por otro lado, señala a la cultura política como una explicación del clientelismo. Cuando la confianza baja en las instituciones políticas formales, fomenta la confianza en las instituciones informales [...]. Existen antiguos estudios donde equipara al clientelismo con la cultura política. En las relaciones se ve el afecto de los actores en su destino. La desdicha socioeconómica, es un destino que se engaña por la práctica del clientelismo como estrategia racional de supervivencia" (pp. 142-152).

Contexto del clientelismo en México

Este tipo de fenómeno no es nuevo, ha existido desde hace mucho tiempo, tanto a nivel internacional como en el caso mexicano, pues algunos estados de la República se han visto envueltos por la práctica clientelar, es por ello que podemos señalar los casos históricos de Michoacán y Guerrero que se identificaron en la búsqueda que realizamos. Se destaca principalmente la región de Tierra Caliente, que fue influenciada por la llegada de la orden de agustinos durante el período colonial, estableciendo una visión religiosa que fomentó la desigualdad social y el paternalismo protector hacia los indígenas.

Octavio Montes Vega (2009) señala en su artículo "*Clientelismo y recomposición de las oligarquías en Tierra Caliente (México)*", que "en esta región, tanto José María Morelos, como Guerrero y Juan Álvarez, se valieron de representantes locales para ejercer el intermediarismo paternalista esperado del sistema liberal. Surgieron figuras de militares o legisladores, como el general Valdés o Carmen Luviano, que facilitaron la expropiación y colonización mestiza. La familia Luviano ejemplifica esto, con cuatro de sus miembros (Carmen padre, Carmen hijo, Celerino y José Rentería Luviano) ocupando cargos de prefectos, alcaldes, diputados y gobernadores durante más de 40 años" (p. 5).

En el intermediarismo político de Tierra Caliente, la "confianza" y el prestigio moral del líder eran más importantes que la coerción. La unidad y solidaridad entre los miembros del grupo se basaban en símbolos comunes y metas compartidas. Los líderes efectivos combinaban el poder doméstico con el político, creando una organización estatal patrimonial. El compadrazgo y el padrino eran elementos fundamentales en las relaciones familiares y de parentesco.

Bajo el gobierno de Lázaro Cárdenas, Michoacán experimentó un fuerte paternalismo proteccionista. Dámaso Cárdenas, un empresario y político, consolidó su poder al reclutar líderes locales a través de relaciones de amistad y parentesco. En el aspecto económico, impulsó la acumulación y el control político, reprivatizando la propiedad de la tierra y promoviendo cultivos comerciales. Como mediador político eficiente, facilitó la implementación de políticas estatales en las comunidades y regiones (Montes, 2009).

De acuerdo con Manuel Alejandro Ramos López (2019), en su publicación "*Clientelismo político, la practica adaptativa en la política mexicana: un acercamiento conceptual y empírico*", señala que "el clientelismo y la relación con grandes sindicatos se fortalecieron a partir de los años cuarenta con Cárdenas, pero las dos vertientes que se tuvieron con este fenómeno en los años noventa y la primera década de los dos mil, fueron las nuevas negociaciones con círculos internos en zonas que se dio la alternancia y compra de votos. A partir del año 2000, la compra de votos ha sido una práctica llevada a cabo elección tras elección debido a la competencia partidaria y por ser una forma eficaz de reducir la ilusionariedad de los clientes; pero también se tuvo el uso de los programas sociales, para llevar a cabo la captación de clientes durante el gobierno del PAN" (p. 52-53).

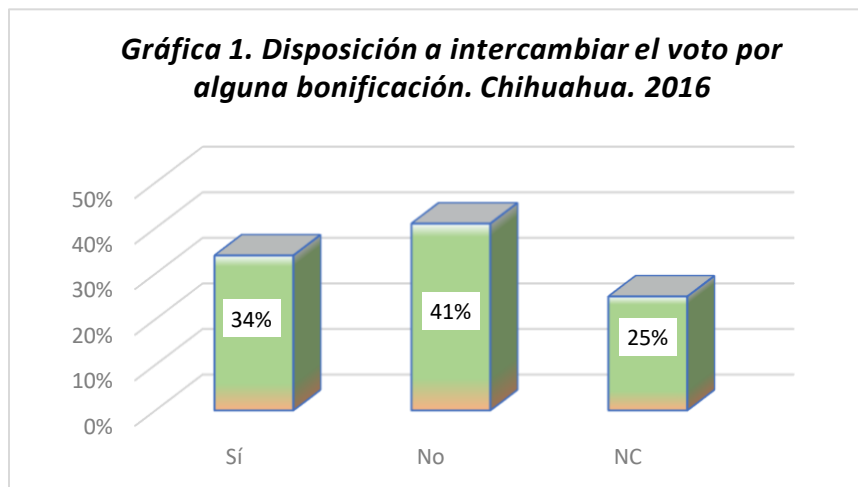
Programas sociales y clientelismo

En México, principalmente se destacan los programas sociales como medio para incentivar el clientelismo político. A pesar de ser diseñados para combatir la pobreza, estos programas son utilizados por ciertos líderes para obtener apoyo y lealtad de la población.

Desde el norte hasta el sur del país, el clientelismo ha tomado una notoriedad exponencial, al convertirse en uno de los medios para llegar a la ciudadanía, en muchos casos los programas sociales son utilizados para persuadir a los votantes a decantarse por algún partido o candidato.

Del norte tenemos el caso de Chihuahua y Sinaloa de la investigación realizada por Jesús Alberto Rodríguez Alonso y Nancy Guadalupe Domínguez Lizarraga (2019) con el capítulo "*Clientelismo político: un acercamiento al caso del estado de Chihuahua y Sinaloa*". Durante las elecciones de 2016, se realizó una encuesta sobre cultura política y elecciones en Chihuahua, al respecto se menciona que el 34% de las personas encuestadas estaban dispuestas a recibir una "bonificación" por parte de un partido o candidato a cambio de modificar el sentido de su voto.

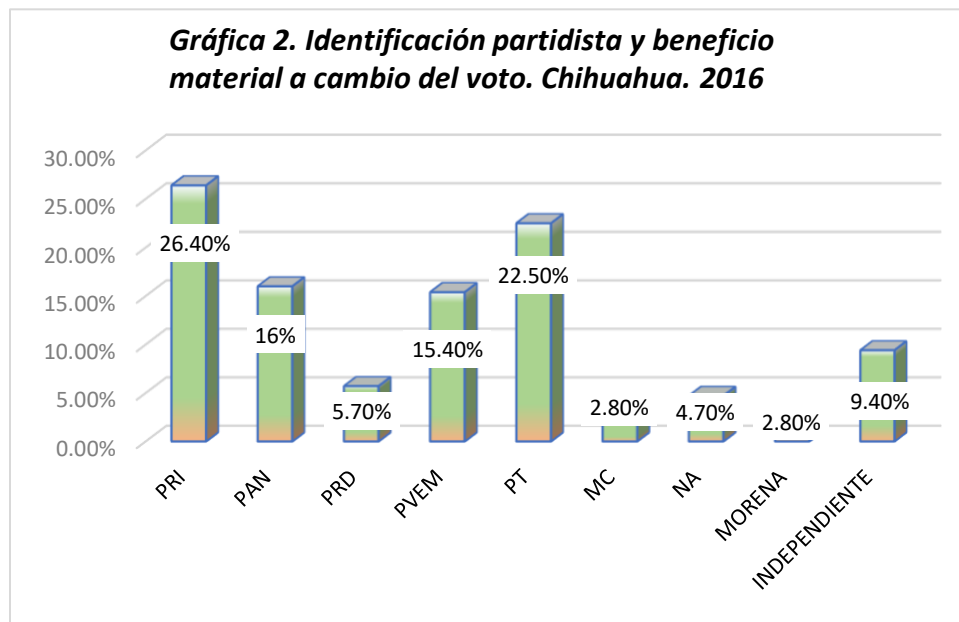
"Según los resultados, del 34% de los encuestados, el 22% afirmó haber recibido despensas como bonificación para la elección de gobernador en 2016, mientras que el 9% recibió dinero, el 1% obtuvo teléfonos y/o tarjetas, y el 4% recibió bonificaciones en monederos electrónicos" (p. 46). El 41% de la población afirmó no haber recibido alguna bonificación y el 25% restante prefirió no contestar (*Gráfico 1*).



Fuente: "*Clientelismo político: un acercamiento al caso del estado de Chihuahua y Sinaloa*" (p. 96), por Rodríguez y Domínguez, 2019, *La encrucijada de la democracia en México, Colegio de Chihuahua: visión desde la región Paso del Norte*.

"Siendo el mayor porcentaje dado en despensas con un costo de \$300 pesos, lo cual se traduciría en entender que en efecto las condiciones de pobreza es un factor preponderante para la decisión de vender o no su voto para obtener ciertos beneficios, por lo que se puede afirmar que existe una dependencia entre el nivel de ingresos de cualquier regalo a cambio del voto" (Rodríguez y Domínguez, 2019, p. 97).

Asimismo, se comprobó la dependencia entre la identificación partidista medida entre aquellos que identificaron sentir identificación total o mucha, y el beneficio obtenido a cambio del sufragio. De acuerdo con los datos de la Encuesta "Cultura Política y Elecciones en Chihuahua del año 2016", el partido político que lidera en la relación expuesta es el Partido Revolucionario Institucional (PRI), con un porcentaje del 26.4%; le sigue el Partido del Trabajo (PT) con el 22.5%; en tercer lugar está el Partido de Acción Nacional (PAN) con el 16%, seguido muy de cerca por el Partido Verde Ecologista de México (PVEM), también en coalición con el Partido Revolucionario Institucional (PRI), con el 15.4%. Es relevante señalar que, a pesar de ser su primera participación, el candidato independiente obtuvo porcentajes significativos con un 9.4%, estableciendo la relación identificación/beneficio (*Gráfica 2*).



Fuente: "Clientelismo político: un acercamiento al caso del estado de Chihuahua y Sinaloa" (p. 97), por Rodríguez y Domínguez, 2019, *La encrucijada de la democracia en México*, Colegio de Chihuahua: visión desde la región Paso del Norte.

De acuerdo con el capítulo "Clientelismo político y elecciones en Sinaloa: proceso electoral 2016", del libro "La encrucijada de la democracia en México" de Jesús Alberto Rodríguez y Nancy Guadalupe Domínguez Lizarraga (2019), el estado de Sinaloa, durante el proceso electoral, experimentó un notable aumento en el presupuesto destinado al área de Desarrollo Social, siendo asignado a programas y apoyos para la población en condiciones de pobreza. No obstante, se destaca que estos recursos se utilizaron sin una supervisión y evaluación adecuadas, lo que resultó en una implementación poco eficiente de los programas sociales estatales. Lo anterior generó una controversia durante las campañas electorales.

En las elecciones de 2010, el gasto en programas sociales también fue motivo de debate. Es fundamental profundizar en el análisis de estas prácticas clientelistas y su impacto en el proceso electoral para comprender mejor su influencia en el panorama político de la región.

Tanto el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) como Transparencia Mexicana (TM), (2010), identificaron deficiencias en el proceso, señalando el diseño clientelar de los programas sociales. "Cerca del 60% de estos programas consistían en la entrega de apoyos económicos o en especie, como despensas, láminas, sacos de cemento, y mejoras en viviendas, entre otros. Los gobiernos locales en diversos municipios utilizaron estos apoyos para buscar reconocimiento político, dejando en segundo plano el desarrollo social real" (p. 93).

Respecto a los gastos ejercidos, en 2013, la Comisión Estatal de Acceso a la Información Pública del Estado de Sinaloa (CEAIPEs), solicitó el monto que se había ejercido en los programas sociales de la entidad, no obstante, la entidad respondió que no tenía el monto de los gastos de operación, ni el aumento presupuestario anual.

La frontera norte tiene mucho que contar con respecto a estas redes clientelares. En el estudio de Flavia Freidenberg (2017) titulado "La otra representación: vínculos clientelares a nivel local en México", la autora aborda las prácticas clientelares en Saltillo, Coahuila. Se destaca que estas estrategias son comúnmente utilizadas con éxito en áreas donde la población vive en condiciones de marginación y pobreza.

Los lazos clientelares se basan en intercambios de favores y apoyo político entre personas cercanas, lo que influye en la dinámica política local en México. Freidenberg (2017) resalta que estos lazos pueden tener

consecuencias tanto positivas como negativas en la representación política. Por un lado, pueden aumentar la participación ciudadana y la conexión entre representantes y electores. Sin embargo, también pueden mantener relaciones desiguales de poder y propiciar prácticas corruptas y nepotismo.

Otro estado que tampoco se salva de las prácticas clientelares es Guerrero. En el artículo "*La persistencia del clientelismo en México. El caso de Acapulco*", sus autores Silvestre Licea-Dorantes y Cristal Porcayo Espinoza (2021), identifican "cómo el clientelismo erosiona la construcción de ciudadanía en el municipio de Acapulco, Guerrero. Mediante entrevistas semiestructuradas en las que se encontró que la falta de cobertura de los derechos políticos, sociales y civiles en la población motiva el ingreso de los ciudadanos a las redes clientelares en el municipio" (p.183).

El análisis se fundamenta en doce entrevistas llevadas a cabo con líderes políticos y ciudadanos. Estos participantes fueron seleccionados utilizando una técnica de muestreo de red o bola de nieve. A través de las respuestas obtenidas en las entrevistas, se presenta evidencia empírica para describir los hallazgos del estudio.

El análisis se centra en la relación desigual de poder y cómo la desigualdad social y económica en territorios pequeños promueve el clientelismo. En estas comunidades, la dependencia económica hacia instituciones informales limita el pleno desarrollo de los ciudadanos. Aunque el Estado debe garantizar derechos equitativos para todos, la realidad muestra dificultades para ejercer plenamente la ciudadanía debido a la cercanía entre algunos ciudadanos y la clase política local.

Como se puede observar, el clientelismo en Acapulco y en algunos estados previamente expuestos en este artículo, se puede identificar que se basa en relaciones personales y lealtades a largo plazo entre los líderes políticos y los ciudadanos. Estas relaciones van más allá de obtener beneficios inmediatos y buscan asegurar la preferencia hacia los agentes políticos en lugar de las instituciones.

Asimismo, tenemos el estado de Hidalgo, en el que, a través de diversos programas enfocados a ayudar a las personas en situación vulnerable, se da la pauta para la captación y obtención de votos.

Esto lo identificamos del estudio titulado "*Pobreza y participación electoral: Análisis de la distribución del programa beneficio alimentario en el Estado de Hidalgo*" realizado por Alfredo Pastén Hernández (2019), donde se investiga cómo la pobreza influye en la participación electoral en el Estado de Hidalgo, con un enfoque en el programa de beneficio alimentario. El autor analiza si la distribución de este programa, que ayuda a personas necesitadas, puede ser utilizado con fines políticos para asegurar el apoyo electoral durante las elecciones.

El análisis se basa en datos y estadísticas sobre la distribución del programa en Hidalgo, y se busca entender cómo la pobreza puede afectar la participación en el proceso electoral. Se examina si las personas en situación de vulnerabilidad, que dependen de programas de asistencia como el beneficio alimentario, muestran una mayor tendencia a participar en las elecciones.

Pastén (2019), destaca que "el uso de programas sociales con fines electorales se ha establecido como un mecanismo de la competencia político-electoral, trayendo como consecuencias errores en la focalización, sesgo en la entrega, escasa continuidad y seguimiento de los programas [...]. En esta investigación se demuestra que el uso de dichos programas con fines electorales ha permitido al PRI, construir redes clientelares que mantiene su operatividad electoral. A partir de ello, se ha podido mantener en el poder de forma predominante, pero sin resultados en abatir la pobreza o la marginación de las comunidades rurales de la entidad" (p. 72-73).

Conclusiones

Los programas sociales suelen ser creados para mejorar las condiciones de vida de las personas, especialmente para aquellos que se encuentran en zonas de pobreza, marginación y vulnerabilidad, el problema es cuando son utilizados por los partidos políticos para prácticas clientelares que amenazan y deterioran la democracia, la participación social y la cultura política, puesto que ese intercambio de favores y reciprocidad asegura algún puesto de poder, una mejor calidad de vida u otros beneficios, pero se deja a un lado las consecuencias de estos actos que favorecen a la desigualdad.

La pobreza emerge como uno de los principales factores que impulsan el clientelismo en México. La desigualdad socioeconómica y la falta de oportunidades generan un ambiente propicio para el intercambio de favores y beneficios a cambio de apoyo político. Esta situación crea una dependencia de los ciudadanos hacia los líderes políticos, quienes emplean el clientelismo como una estrategia para mantener y expandir su base de apoyo.

De este modo, las situaciones de vulnerabilidad se convierten en un ciclo pernicioso, donde la escasez de recursos y oportunidades impulsa a las personas a buscar soluciones inmediatas, y el clientelismo se presenta como una opción atractiva. Los líderes políticos aprovechan esta circunstancia para perpetuar su poder, estableciendo relaciones clientelares basadas en el intercambio de favores por lealtad política. Este patrón, a su vez, perpetúa la desigualdad y obstaculiza el desarrollo sostenible en las comunidades.

Referencias

- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. (2022). *El CONEVAL presenta información referente a la pobreza laboral al tercer trimestre de 2022. Medición de Pobreza*. Consultado el 22 de julio de 2023. Recuperado de: [ITLP-IS Resultados a nivel nacional \(coneval.org.mx\)](https://www.coneval.org.mx/ITLP-IS/Resultados-a-nivel-nacional)
- Freidenberg, F. (2017). La otra representación: vínculos clientelares a nivel local en México. *Andamios*, 14(34), 231-258.
- Hernández, A. (2019). Pobreza y participación electoral: Análisis de la distribución del programa beneficio alimentario en el Estado de Hidalgo. *Albores*, 4(5), 53-78.
- Licea-Dorantes, S.; Porcayo-Espinosa, C. (2021). *La persistencia del clientelismo en México. El caso de Acapulco*. *Ánfora*, 29(52), 183-206. <https://doi.org/10.30854/anf.v29.n52.2022.780>
- Montes, O. (2009). *Clientelismo y recomposición de oligarquías en Tierra Caliente (México)*. *Gazeta de Antropología*, núm. 25, 1-15. <http://hdl.handle.net/10481/6870>
- Ramos, M. (2019). *Clientelismo político, la práctica adaptativa en la política mexicana: un acercamiento conceptual y empírico*. *Ciencias Sociales Revista Multidisciplinaria*, 1(1), 52.
- Rodríguez, A. y Domínguez, N. (2019). *Clientelismo político: un acercamiento al caso del estado de Chihuahua y Sinaloa*. En Paniagua, A. (Coord.), *La encrucijada de la democracia en México: visión desde la región Paso del Norte*, 7-98.
- Schröter, B. (2010). Clientelismo político: ¿existe el fantasma y cómo se viste? *Revista Mexicana de Sociología*, 72(1), 142-152.