



HAL
open science

Clientelismo y militancia partidista en México: el caso de los partidos emergentes

Aldo Muñoz Armenta, Amalia Pulido Gómez

► **To cite this version:**

Aldo Muñoz Armenta, Amalia Pulido Gómez. Clientelismo y militancia partidista en México: el caso de los partidos emergentes. XIV Encuentro de Latinoamericanistas Españoles : congreso internacional, Sep 2010, Santiago de Compostela, España. pp.1956-1973. halshs-00531520

HAL Id: halshs-00531520

<https://shs.hal.science/halshs-00531520>

Submitted on 3 Nov 2010

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

CLIENTELISMO Y MILITANCIA PARTIDISTA EN MÉXICO: EL CASO DE LOS PARTIDOS EMERGENTES

Aldo Muñoz Armenta
Universidad del Estado de México
México

Amalia Pulido Gómez
Universidad del Estado de México
México

El propósito de este trabajo es mostrar evidencia del peso de los factores institucionales y culturales que hacen que los partidos políticos emergentes en México, PVEM, PT, Convergencia y Nueva Alianza, privilegien el reclutamiento de militantes ofertando incentivos materiales, en forma de prácticas clientelares, y dejando en segundo plano los incentivos solidarios o teleológicos como la ideología o los principios programáticos. Los principales hallazgos de este trabajo de investigación muestran que pese a que la mayoría de los militantes encuestados dicen que se reclutan en su respectivo partido por razones ideológicas, más de la mitad de ellos tienen un beneficio económico por su pertenencia a la organización partidista.

¿Qué es la militancia?¹

La militancia partidista también puede ser definida como membresía, lo cual hace referencia al término anglosajón de «*party membership*». En este

1. Este apartado sobre la definición de militancia y los tipos de militancia fue tomado del trabajo de: Heidar, Knut, 2006.

trabajo ambos conceptos se utilizan de manera indistinta. Knut Heidar², define a la militancia como una afiliación organizacional de un individuo hacia un partido político, asignándole a ese individuo ciertas obligaciones y privilegios. La forma en que los partidos políticos organizan y administran la militancia varía significativamente, según el marco institucional del país que se trata y de la trayectoria política del partido en cuestión.

Para acreditar a sus militantes los partidos comúnmente recurren al uso de credenciales, lo cual les facilita tener un registro de las personas que asumen tal compromiso. Estos generalmente pagan cuotas periódicas al partido y rinden promesas de que no militan en otro partido simultáneamente. Aunque se enuncia una definición de lo que es la militancia, se debe tener en cuenta que el significado puede variar dependiendo del contexto en que se analiza este concepto.

En este sentido, Heidar³ considera que delimitar el concepto de militancia es aún más difícil que definir conceptos como ciudadano o votante, ya que estas dos últimas categorías son definidas por la ley misma y no varía significativamente en los países democráticos. En cambio, en los países en donde hay partidos políticos que compiten democráticamente por el poder, la definición de militancia cambia significativamente en los estatutos partidistas porque se trata de una forma de participación que se adecúa de acuerdo a las necesidades de cada organización.

Tipos de militancia

La militancia adquiere un significado diferente de acuerdo al contexto histórico, geográfico y político del que se trate. Asimismo, la naturaleza de los partidos políticos conforma una categoría de análisis no siempre homogénea para estudiar la militancia. Por ejemplo, en los partidos *catch-all*, los militantes son menos importantes que en los partidos de cuadros, ya que en estos últimos la membresía tiene lazos o vínculos con el partido que incluso abarcan la vida privada.⁴

De acuerdo a Heidar⁵, existen al menos tres tipos de militancia: 1) la individual, 2) la auxiliar y 3) la colectiva.

2. Knut Heidar, «Party membership and participation», en Richard Katz y William J Crotty *Handbook of party politics*, Sage Publications, London, 2006, p.302.

3. *Ibidem*, p.304.

4. Puede ser el caso de algunos partidos católicos, comunistas y socialistas surgidos en siglo XX en Francia, España, Inglaterra, Alemania, México. Se pedía a sus militantes ciertos requisitos para poder ingresar, tales como la recomendación de dos personas que hubieran sido miembros de la organización. Igualmente, para poder participar en las decisiones internas tenían que contar con cierto tiempo de militancia. Asimismo, los católicos tenían que demostrar su fe y los socialistas y comunistas su fervor marxista.

5. *Ibidem*, p.310

La militancia de carácter individual se materializa cuando un individuo se inscribe a un partido político sea a nivel local o nacional, sea en forma directa o a través de algún grupo o fracción partidista. Generalmente, según las leyes de cada país en el tema de los derechos ciudadanos, los militantes deben cubrir ciertos requisitos, como la edad y aceptar, verbalmente o por escrito, adherirse a los objetivos del partido en cuestión.

En muchos casos los partidos cuentan con organizaciones auxiliares para diferentes estratos sociales, como jóvenes, mujeres o jubilados, las cuales, según el modelo partidista, pueden ser subdivisiones de la misma organización o también son estructuras adheridas de manera coyuntural y bajo ciertas premisas normativas que las separan orgánicamente del partido. Sin embargo, en general los integrantes de esas subdivisiones son considerados, y en ocasiones ellos mismos se consideran, miembros del partido.

En el caso de la militancia colectiva, se refiere a aquellas organizaciones que formalmente no tienen a todos sus integrantes en las listas del partido, como puede ser el caso de algunos sindicatos en donde se dan relaciones partido-organización un tanto ambiguas. Los integrantes de la cúpula sindical pueden asumir compromisos a nombre de sus representados pero ello no compromete necesariamente a los sindicalistas de base. En estas circunstancias lo menos que se espera es una cercanía al partido y muestras de apoyo.

Tipos de militante

Ahora bien, no todos los militantes asumen el mismo compromiso con el partido. En este sentido, Heidar, clasifica diferentes tipos de activistas: a) el constructor y soporte del partido, quien tiende a ser más intenso en sus tareas asignadas y se avoca en las actividades internas; b) el que apoya al partido ocasionalmente, el cual, por lo regular es el tipo de militante que defiende al partido tomando una postura a su favor frente a vecinos, amigos y compañeros de trabajo, particularmente en tiempos electorales; c) el que se afilia por simpatía atraído por la ideología, pero no se involucra de ninguna forma en las actividades partidistas. Las actividades que desempeñan los militantes, señala Heidar, dependen del tiempo libre que disponen, de los intereses que persiguen y las oportunidades potenciales para ellos⁶.

6. En estudios realizados en Europa occidental y Canadá, se mostró que los militantes se afilian al partido principalmente como expresión de apoyo sin ninguna intención de ser activos al interior. También, el estudio revela que la proporción de militantes que son activos dentro de la organización varía de un 10% a un 45%; y que las actividades de un militante ocurren tanto dentro como fuera del partido. Dentro de él se da en forma de *meetings*, debates y la organización de ciertos eventos partidistas. Igualmente, fuera del partido se manifiestan siendo parte de las campañas electorales y escribiendo artículos.

Militante y simpatizante: la perspectiva de Duverger

Para Duverger⁷ precisar el concepto de militancia resulta aún más complicado que el de simpatizante. Para él la militancia y la membrecía eran conceptos diferentes. Membresía se refiere a una categoría general que incluye conceptos como militante y simpatizante. Por otro lado, consideraba que era necesario tener presente la noción de partidos de cuadros y de masas, ya que jugaban un papel primordial para que la militancia adquiriera un significado.

En los partidos «de masas» el término de militante designa a una categoría especial de miembros, puesto que el militante es el miembro activo al formar el núcleo de cada grupo de base del partido, sobre el que descansa su actividad esencial. Dentro de los grupos o secciones partidistas, dice Duverger, se encuentra siempre un pequeño círculo de miembros claramente distintos de la masa que asisten regularmente a las reuniones, participan en la difusión de las consignas, apoyan a organización de la propaganda, preparan campañas electorales y esos militantes forman una especie de comité dentro de la sección. No hay que confundirlos con los dirigentes: «no son jefes, sino ejecutantes; sin ellos, no habría incluso la posibilidad de una verdadera ejecución, que resulta una de las funciones esenciales para el partido»⁸. En cambio, apunta Duverger, los demás miembros no dan más que su nombre al registro y (a veces) un poco de dinero a las cajas.

Es significativo, de acuerdo con Duverger, que en los partidos de cuadros existe una diferencia entre militancia *activa* y *pasiva*. Al respecto señala que en este tipo de partidos, la noción de militante se confunde con la de miembro. Los comités que son las subestructuras que caracterizan a este tipo de partidos, están formados únicamente por militantes, que son los miembros más activos permanentemente. Sin embargo, alrededor de estos militantes *activos* gravitan «simpatizantes» que no están incluidos, propiamente hablando, en la comunidad del partido, ya sea por su intermitencia en la participación o por sus prolongadas ausencias.

La militancia y los incentivos

Para Panebianco⁹, la militancia es entendida y clasificada en dos grupos de personas: los creyentes y los arribistas. Unos y otros son resultado del papel que juegan los incentivos partidistas. A los creyentes les importa la

7. Maurice Duverger. *Los partidos políticos*, Fondo de Cultura Económica, México, 1955, p. 139.

8. *Ibidem*, p.139

9. Ángel Panebianco. *Modelo de Partidos. Organización y poder en los partidos políticos*, Alianza Editorial, Madrid, 1990.

ideología, los principios, los estatutos, es decir, los «incentivos colectivos», pero no tienen mucho interés en involucrarse en las tareas del partido¹⁰. En cambio, los arribistas se integran a los partidos porque esperan una remuneración, un cargo, una oportunidad de ascenso social y en tal propósito harán lo posible por involucrarse en la vida partidista; en este caso se trata de «incentivos selectivos».

Los partidos necesitan «creyentes» para construir una base social que les dé sustento electoral. El problema de este grupo es que su lealtad al partido no implica un compromiso definido. Cuando mucho, votos o presencia en actos masivos. Por su parte, los «arribistas», en la medida que los avances del partido se reflejan en éxitos personales, su lealtad va más allá de la coyuntura, de tal suerte que se interesan todo el tiempo por lo que ocurre en la organización. Se alejarán del partido si éste tiene retrocesos electorales o si son marginados de los cargos y candidaturas.

Ahora bien, los «arribistas» juegan un papel crucial para la estabilidad y continuidad del partido, en virtud de que ellos «suministran la principal masa de maniobra de los juegos entre las facciones, constituyen a menudo la base humana de las escisiones». Asimismo, representan de suyo «un área de turbulencia», al menos potencial, y una amenaza al orden organizativo que los líderes deben esforzarse por neutralizar¹¹. Fundamentalmente por la actitud *oportunist*a que les caracteriza, la cual implica apoyo o ruptura a conveniencia.

Sobre este punto, Panebianco establece que la teoría de los incentivos selectivos explica de forma razonable el comportamiento de las élites partidistas que compiten entre sí dentro por el control de los cargos, así como, de los clientes que intercambian votos contra beneficios materiales, y de ciertos sectores de la militancia que pretenden ascender en su carrera. Empero, el enfoque «utilitarista», no explica por sí mismo el comportamiento de todos los miembros de una organización, en especial el de muchos militantes de base que prefieren los incentivos colectivos y que están adheridos por «convicción» a los «fines oficiales» del partido, lo cual favorece los lazos de la identificación y de la solidaridad organizativas.

Así, una de las funciones más importantes de la «ideología» es la de mantener la identidad de la organización a los ojos de sus partidarios; con

10. Según Panebianco, en la medida que el control del partido sobre la afiliación es restringida, es decir, si no es libre y se subordina a una presentación por parte de alguien, a un diálogo con el dirigente local, a un requisito obligatorio de capacitación o adoctrinamiento, más fuerte es, para el interesado el incentivo para participar, esto es, para transformarse en militante. En estos casos, la afiliación es vivida y presentada como un *honor*, símbolo de un estatus que puede hacerse valer en el sitio donde se trabaja, con los amigos.

11. Frente a los arribistas, dice Panebianco, los líderes no tienen más que dos alternativas: cooptarlos dentro de la escala jerárquica del partido o estimular de un modo u otro su «salida». En otro caso, de esta área saldrán los elementos más capaces en los que se apoyarán las élites minoritarias para desafiar a los líderes

lo que se convierte en la «fuente principal de los incentivos colectivos». En segundo término, la ideología cumple la función de «ocultar» la distribución de los incentivos colectivos, no sólo ante quienes en el partido no se benefician de ellos, sino incluso también, a los ojos de los propios favorecidos.

Richard Katz¹² al analizar la militancia desde la perspectiva de los incentivos, señalan que la afiliación a un partido, no sólo interesa colectivamente por la ideología, el programa o los principios, sino que también atrae a las personas las posibilidades de la socialización política: «hace más fácil el acceso a la información y al entretenimiento; la gente que está interesada en los asuntos políticos ven estas necesidades satisfechas en el partido y también el partido puede ser considerado como un centro social en donde por medio de las campañas se puede conocer gente con las mismas inquietudes que uno mismo».

En la misma línea, Knut Heidar dice la gente se afilia a los partidos políticos para obtener influencias, información, beneficios sociales o satisfacciones materiales. Este autor también considera que la membresía históricamente ha apuntado hacia ciertos segmentos movilizados por el partido con características sociales muy específicas, tales como la clase social, la religión, el espacio territorial, cierta identidad cultural o geográfica. Es decir, la militancia, y en general la identidad partidista surge como ruptura o *clivaje* frente a un contrario, como es el caso de *localistas* y *nacionalistas* contra centralistas, laicos-religiosos o trabajadores-patronos¹³.

Actualmente, el *clivaje* ya no favorece significativamente el interés en la afiliación. Al contrario, tiende a afectar las posturas «centristas» de la mayor parte de los partidos modernos. No obstante, dice Heidar¹⁴, los partidos hacen campañas de reclutamiento dirigidas a ciertos sectores sociales que eventualmente requieren un canal de expresión política, como es el caso de los jóvenes o las mujeres. Al respecto, Alan Ware¹⁵ (2008:132), que la afiliación de grupos sociales específicos en la actualidad tendría que dirigirse a sectores «infrarrepresentados» de los trabajadores, los grupos étnicos y los grupos étnicos. Desde luego, la tecnología moderna se utiliza como una herramienta para potenciar la afiliación, como es el caso del internet, que favorece la comunicación con potenciales afiliados y con afiliados por medio de correos electrónicos. Eso también facilita la organización de los eventos masivos del partido.

12. Richard Katz. «The internal life of parties» en Richard Luther, Kurt; Muller-Rommel, Ferdinand (2005). *Political Parties in the New Europe*, Oxford University, New York, 2005 391 pp.

13. Sobre estas consideraciones, ver Lipset, Seymour Martin Rokkan, Stein. «Estructuras de división, sistemas de partidos y alineamientos electorales», en *Diez textos básicos de ciencia política*. Barcelona. Ariel Ciencia Política, 2002.

14. Knut Heidar, «Party membership and participation», en Richard Katz y William J Crotty *Handbook of party politics*, Sage Publications, London, 2006, p.316

15. Alan Ware. *Partidos políticos y sistemas de partidos*, Itsmo, Madrid, 2008, pp. 132

La propuesta de Ware: afiliados, activistas y simpatizantes

De acuerdo con Alan Ware¹⁶ los afiliados y activistas, tienden a no representar «correctamente» a los votantes considerados en su conjunto, pues, en general, se tiene el prejuicio que sus posturas implican pureza programática, lo cual no corresponde con el conjunto de variado de ideas y posturas de los simpatizantes. En palabras de Ware, se considera que entre la población que «los activistas de un partido son, perros ideológicos locos a los que los líderes del partido intentan mantener bajo control»¹⁷.

Sin embargo, dice Ware, la pureza ideológica o programática no es posible en los partidos de masas modernos si quieren llegar a sectores amplios del electorado: «Cuanto más tienden los partidos a optar por estrategias electorales atrapa todo y a ampliar su llamamiento electoral, menos probable resulta que aquellos que promueven una causa concreta, puedan considerar a un partido un aliado fiable»¹⁸.

Queda claro que en algunos temas, como puede ser el aborto, la eutanasia o el grado de intervención del gobierno en la economía, los partidos y los grupos que defienden una causa concreta, pueden convertirse en «rivales». De este modo, los afiliados a la mayoría de los grupos centrados en torno a una «única causa», suelen tener pocas alternativas de entrar a otros partidos, justamente por su lógica particularista.

En el estudio de la militancia, señala Ware, importa la forma en cómo se recluta, porque ello tiene impacto en la lealtad de los afiliados. Según Ware, dependiendo del modelo de partido, quienes afilian seguidores son: a) los líderes potenciales; b) los miembros del partido en el parlamento, o algún subgrupo de ellos, c) los miembros del partido; d) las facciones organizadas existentes a nivel nacional en el seno del partido; e) los partidos provinciales, estatales, regionales; f) los votantes de los partidos.

La importancia relativa de cada uno de estos actores depende de los factores que varían en cada país y que varían en cada partido, incluso en el seno de un mismo Estado. Entre ellos cabe señalar: 1) la forma en que se crea el partido; 2) las tradiciones parlamentarias; 3) las actitudes tradicionales del partido ante la democracia; 4) la necesidad de aceptación pública o de legitimación, divisiones en el seno del partido y fraccionalismo; 5) estructuras estatales como el presidencialismo o el federalismo.

16. *Ibidem*, pp. 109.

17. *Ibidem*, p. 120

18. *Ibidem*, p. 130

El impacto del tamaño del partido en la militancia y el activismo

Retomando la perspectiva de Olson¹⁹ (...), quien señala que entre más grande es una organización, más individuos se inclinarán a asumir una conducta de *free rider*; Weldon²⁰, establece que «los partidos grandes crean menos oportunidades para los militantes en la toma de decisiones al interior». Según Weldon, se pueden considerar tres maneras en que el tamaño de los partidos afecta a la participación. De éstas, una es directa y las otras dos son indirectas.

La primera supone que los partidos procuran tener un impacto directo en los individuos mediante su inclusión *legal* en las acciones de orden colectivo, tales como su eventual participación en asambleas, consejos u órganos de deliberación y decisión. Empero, «el problema del tamaño de los partidos es que mientras la organización crece, los incentivos selectivos, que sirven para incrementar la afiliación, se ven reducidos o en declive». Ello afecta el interés de potenciales nuevos militantes.

La segunda implica que por el aumento del tamaño del partido se afecta la composición del grupo *tradicional*, aunque se favorece la expansión de la organización y la heterogeneidad programática e ideológica. Ello redundaría en mejores oportunidades para la competencia política y en una mayor capacidad para incluir expectativas ciudadanas. El problema, dice Weldon²¹, es que el crecimiento de partido inhibe la participación política de los militantes porque en los hechos, es técnicamente más complicado incluir a todos.

La tercera tiene que ver con el supuesto de Michels (año), en el sentido de que los partidos grandes tienden a contar con una estructura organizacional mucho más compleja, jerárquica y excluyente, es decir, encarnan la esencia de la «ley de hierro de la oligarquía», porque para conseguir la eficiencia y la efectividad, las organizaciones necesitan desarrollar una burocracia compleja y un sistema de representación jerárquico. Por consecuencia, si la participación se dificulta, los militantes se sienten menos eficaces y más alienados a la organización.

19. Mancur Olson. *La lógica de la acción colectiva: bienes públicos y la teoría de los grupos*, Limusa, México, 1992, 322 pp.

20. Steve Weldon «¿Reducir mi organización política?: El impacto del tamaño en la militancia y activismo partidistas», en *Party Politics*. Sage Publications, London, 2006, pp-468.

21. *Ibidem*, pp. 471.

Los efectos de la modernidad en la militancia tradicional: Seyd y Whiteley²²

Patrick Seyd y Paul Whiteley²³, al hacer un balance de la militancia partidista en Inglaterra, refieren que la relación entre la membrecía *tradicional* de los «partidos de cuadros» y la de los inicios de los «partidos de masas», ha variado significativamente porque estas organizaciones, actualmente no son las únicas que interesan a los ciudadanos en sus propósitos representativos y porque su base social *tradicional* ha cambiado significativamente. Por ejemplo, existen cada vez menos sindicatos o grupos religiosos con pretensiones político-electorales. Más aún, con el financiamiento público y la utilización de los medios de comunicación masiva, importa menos el apoyo individual a los partidos, pues resulta muy marginal en sus objetivos de corto, mediano y largo plazos.

Seyd y Whiteley, señalan que el partido político «contemporáneo» se está convirtiendo en una organización con un pequeño número de militantes, o en el peor de los casos, no cuenta con miembros como un mecanismo de soporte. Las razones que influyen en esta «decadencia» de la militancia partidista, son de tipo estructural y también son por un conjunto de decisiones personales.

Las razones, dicen Seyd y Whiteley, se originan tanto por el lado de la oferta, como por el de la demanda: «Las ofertas que tienen los electores se han ampliado, puesto que ya no sólo los partidos políticos ofrecen alternativas a los ciudadanos, sino también determinados grupos u organizaciones, creando así las condiciones necesarias para que el mercado de la política sea más extenso y con mayores ofertas de elección. También se han producido cambios socioeconómicos y demográficos, lo cual ha generado el declive de las comunidades de la clase trabajadora tradicional, la expansión de los suburbios, una baja afiliación organizacional y el crecimiento de los empleos al género femenino»²⁴ (:470).

Asimismo, desde la perspectiva de la oferta, una explicación sobre la disminución de los militantes, es que los líderes partidistas tienen menos necesidad de «miembros individuales». Particularmente porque los medios masivos de comunicación, y la mercadotecnia han sido empleados por los partidos para atraer votantes directamente, en especial, en tiempos electorales, desplazando el reclutamiento de activistas²⁵. Igualmente, los

22. Las reflexiones de estos autores fueron tomadas de Seyd, Patrick y Paul Whiteley «British party members», en *Party Politics*. London, Sage Publications, vol 10, no. 4, 2004.

23. Patrick Seyd y Paul Whiteley «British party members», en *Party Politics*. Sage Publications, London, vol 10, no. 4, 2004.

24. *Ibidem*, pp. 470

25. Se distinguen cuatro actividades primordiales que desempeñan *tradicionalmente* los miembros para el partido, según Seyd y Whiteley: 1) contactar otras personas para convertirse en militantes; 2) hacer campaña para el partido y preparar y ejecutar las campañas de elecciones locales; 3) los

partidos ya no necesitan el dinero de los militantes, ya que obtiene recursos del financiamiento público y «de ciertas organizaciones e individuos con alto poder económico».

Katz²⁶, sostiene que la militancia partidista declinó porque también se erosionó la identidad partidista. Si bien ésta en su momento fue atractiva, a propósito de los «clivajes», como estrategia partidista, prácticamente está exterminada, fundamentalmente porque las banderas históricas de la lucha político-electoral han desaparecido, como el socialismo, el comunismo, el catolicismo o el nacionalismo, entre otros. Incluso estas banderas en tiempos modernos resultan negativas para la mayoría de los electores. También, los ciudadanos como individuos, están menos interesados en dedicar tiempo y energía a las tareas que implica la militancia *activa* lo que ha llevado a esta a ser *pasiva*.

Por qué es importante la militancia en tiempos modernos

Sin embargo, no todos los partidos son iguales en términos competitivos y mucho menos en alcances electorales. Es decir, no todos los partidos por igual pueden acceder a los mismos recursos públicos o privados y no todos pueden tener el mismo acceso a los medios masivos de comunicación. Evidentemente, algunos ganan elecciones a nivel nacional y de manera continua y algunos solamente a nivel regional y de forma intermitente.

En este escenario, para los partidos con mediano o bajo alcance electoral, necesitan militantes, en la medida que éstos representan votos, especialmente en periodos de escasez de sufragios, incluso en algunos casos de la militancia dependerá que el partido sobreviva y se recupere. Por otro lado, independientemente del tamaño *electoral* del partido, «la militancia también significa legitimación (...) ya que demuestra que el partido se preocupa por los intereses de la comunidad y los apoya» a tal punto que se convierten en militantes»²⁷.

militantes representan y conforman la «oficina» del partido tanto dentro como fuera; 4) aportar recursos económicos al partido.

26. Richard Katz. «The internal life of parties» en Richard Luther, Kurt; Muller-Rommel, Ferdinand (2005). *Political Parties in the New Europe*, Oxford University, New York, 2005 391 pp
27. Existe una tendencia por parte de los líderes partidistas a pensar que un partido es funcional siempre y cuando tenga una amplia militancia, lo cual implica incluir a un amplio sector de la sociedad. En este sentido, la militancia significa una forma de legitimación para los partidos políticos. Así, pese a las dificultades de reclutamiento de militantes, los partidos se preocupan por contar con muchos miembros, particularmente de carácter activo. Otros factores que influyen para que los partidos se interesen en incrementar la militancia son las leyes electorales y los sistemas legales para la obtención de recursos públicos, ya que en algunos casos el número de miembros significa beneficios en este sentido (Mair y van Biezen)

Katz²⁸, en este sentido, apuntan que «los miembros le dan al partido una presencia visible ante la sociedad y normalmente la membresía o afiliación es tomada como un indicador de popularidad y éxito y mientras este indicador crezca, el partido resultará más atractivo ante los electores potenciales». Asimismo, señalan que construir una fuerte organización de afiliados puede crear grandes recompensas electorales para el partido; en particular cuando la identificación partidista es controlada, pues de esta forma la relación entre la afiliación y la lealtad electoral es fuertemente reducida. Sobre este punto, habría que considerar el tamaño y el alcance electoral de los partidos, porque aquellos que son de carácter «nacional» tienen un desafío permanente.

Alan Ware²⁹, a su vez, señala que los partidos necesitan militantes para legitimar internamente sus principios, pues «es necesario crear un fórum en el que aquellos que se sienten atraídos por esa ideología puedan interactuar con otros». En especial, dice Ware, los militantes se hacen necesarios durante las campañas electorales: «en tiempo de campaña, los partidos suelen necesitar mucha gente y entre una campaña y otra hay también cosas que hacer».

Perspectivas del estudio de la militancia partidista el ámbito internacional

El estudio de la militancia a nivel internacional, se desarrolla en dos vertientes, fundamentalmente. La primera se enfoca revisando el tema en el marco de la democracia al interior de los partidos, es decir, tiene un propósito normativo; en tanto, la segunda pretende responder a la pregunta ¿por qué ha declinado el interés de los partidos en los afiliados o militantes? En general, las respuestas apuntan a señalar que los objetivos electorales de los partidos se imponen a los propósitos organizativos.

Militantes y democracia partidista

José Ignacio Navarro³⁰ en un libro que tiene como propósito hacer un análisis de la situación interna de los partidos políticos españoles, sostiene que la democracia al interior de estas organizaciones tiene como referentes fundamentales la exigencia de participación de los afiliados en el proceso de toma de decisiones; la oportunidad de exigir el respeto a los derechos

28. Richard Katz. «The internal life of parties» en Richard Luther, Kurt; Muller-Rommel, Ferdinand (2005). *Political Parties in the New Europe*, Oxford University, New York, 2005 pp.96-97.

29. Alan Ware. *Partidos políticos y sistemas de partidos*, Itsmo, Madrid, 2008, pp. 120.

30. José Ignacio Navarro. *Partidos políticos y «democracia interna»*. Centro de estudios políticos y constitucionales. Cuadernos y debates no. 85, Madrid, 1999, pp. 78-86.

fundamentales de los afiliados y la posibilidad de poder hacer efectivo, por parte de militantes, el control político de los líderes.

Por otro lado el autor considera que de las normas partidistas, formales o informales, los partidos gozan de una «libertad limitada», ya que por un lado están legitimados para regular libremente las causas que consideran oportunas para sancionar a uno o varios afiliados. Sin embargo el desarrollo de los procesos disciplinarios internos se desenvuelve sin garantías mínimas, como ocurre en el marco constitucional. Igualmente los partidos siempre deciden el perfil de sus militantes «según sus necesidades e intereses».

En un trabajo en el que Manuel Alcántara³¹ analiza el estatus organizativo y programático de los partidos latinoamericanos, explica que estas organizaciones en su propósito de crecimiento optaron por dos estrategias con respecto a su base social: «a favor de una afiliación numerosa frente a otra que prefiera potenciar preferentemente la expansión electoral». En sus hallazgos este trabajo establece que son más los casos de partidos que se inclinan por afiliar muchos militantes que por ganar elecciones *per se*.

Alcántara dice que todos los partidos estudiados de Colombia, Guatemala, México y Perú privilegian fundamentalmente tener electores y que los partidos en Costa Rica y Paraguay se inclinan por la búsqueda de militantes que de electores. El autor ubica doce partidos «de afiliación» y quince «de electores».

El Instituto Interamericano de Derechos Humanos³² hizo un diagnóstico de la situación de la democracia partidista en los países Centroamericanos (Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica), señala que los partidos políticos en la región presentan problemas de democratización, entre otras razones porque no hay claridad sobre quienes son los sujetos de derecho en su interior, es decir quienes son los militantes. Fundamentalmente porque carecen de un registro de miembros confiable.

El trabajo establece que los estatutos de los partidos de estos países, igual que las legislaciones electorales de orden nacional, disponen de mecanismos para que haya participación de los militantes en las instancias decisorias. Sin embargo, la dinámica partidaria de la participación en los hechos se ve determinada por otras variables, como son redes familiares, estatus socioeconómico, y relación de personas o grupos con las élites, lo cual dificulta en la práctica el libre acceso de los militantes de base,

31. Manuel Alcántara. *¿Instituciones o máquinas ideológicas?: origen, programa y organización de los partidos políticos latinoamericanos*, Instituto de Ciencias Políticas y Sociales, Barcelona, 2004, pp. 189.

32. Instituto Interamericano de Derechos Humanos. *Democratización interna de partidos políticos en Centroamérica: avances y tareas pendientes*, IIDH, San José, Costa Rica, 2004, 486 pp.

particularmente los situados en zonas rurales, los jóvenes y las mujeres en general.

Por otro lado, dice el trabajo de IIDH, las cúpulas partidistas deciden muchas veces por encima de las disposiciones estatutarias, lo cual ha generado que las bases partidistas manifiesten insatisfacción e impotencia. En otros casos la participación en las instancias de gobierno de los partidos están prácticamente controladas por los dirigentes y por aquellas personas que tienen influencia con los líderes nacionales o regionales.

Finalmente, IIDH establece que los partidos refuerzan su base militante en períodos no electorales, ya que en procesos de competencia política suelen ser fundamentalmente «estructuras electoralistas». Solamente los partidos que se destacan por su sentido ideológico dedican permanentemente a capacitación doctrinaria de sus militantes y a hacer soporte de los parlamentarios y regidores que tienen en las municipalidades.

Fernando Sánchez³³ hace un diagnóstico sobre la situación de la democracia al interior de los partidos políticos en Centroamérica, en el cual presenta una serie de requisitos que tenderían a favorecer los procesos de transparencia y competencia internas.

Este autor se pregunta, cuando habla de la democratización partidista si se observan diferencias en cuanto a la importancia que se le da al tema de la competencia «de acuerdo al nivel de los miembros (dirigencia, mandos medios, bases), o entre distintos grupos que cuentan con espacios a lo interno del partido (jóvenes, mujeres, grupos étnicos, ciudadanos con alguna discapacidad, grupos ambientalistas, sindicatos, agricultores, empresarios)»³⁴.

Igualmente, Francisco Sánchez considera que es relevante que los partidos políticos se cuestionen quiénes (miembros, simpatizantes, público en general) tienen derecho a participar en la selección de candidatos a puestos de elección popular o de dirigencia en el partido, y quiénes tienen derecho a postularse como candidatos o dirigentes partidistas. Asimismo establece que conviene precisar y garantizar los medios de comunicación constante entre bases, mandos medios y cúpula partidista.

Flavia Freidenberg³⁵ al construir una propuesta de análisis sobre democratización de los partidos políticos y ponerlo a prueba con casos

33. Sánchez C., F. «Partidos políticos en América Latina: transformaciones y líneas para su fortalecimiento», en José Thompson y Fernando F. Sánchez C. (editores) *Fortalecimiento de los partidos políticos en América Latina: institucionalización, democratización y transparencia*. Instituto Interamericano de Derechos Humanos- Centro de Asesoría y Promoción electoral, San José C.R. Cuadernos de CAPEL no. 50, 2006.

34. *Ibidem*, pp.43

35. Freidenberg, Flavia. «La democratización de los partidos políticos: entre la ilusión y el desencanto», en José Thompson y Fernando F. Sánchez C. (editores) *Fortalecimiento de los partidos políticos en América Latina: institucionalización, democratización y transparencia*. Instituto Interamericano de Derechos Humanos- Centro de Asesoría y Promoción electoral, San José C.R. Cuadernos de

empíricos en la mayor parte de las naciones de América Latina, sostiene que muchas organizaciones tienen un carácter oligárquico, «donde los políticos adoptan decisiones de manera excluyente, sin tener en cuenta las opiniones de sus militantes, y estos son consultados para legitimar políticas y resoluciones previamente tomadas».

Este trabajo propone que se revise los alcances prácticos de la democracia al interior de los partidos, tomando en cuenta los siguientes aspectos: mecanismos competitivos de selección de candidatos; activa influencia de los militantes y diferentes subgrupos en las posiciones programáticas y decisiones partidistas; respeto de los derechos de los miembros, como la igualdad y la libertad de expresión; respeto del principio de la mayoría para decisiones fundamentales; y control efectivo de los dirigentes por parte de los militantes³⁶.

El tamaño del partido y sus efectos en la militancia

Steven Weldon³⁷ hace un análisis de la relación entre electorado y militancia en 29 países³⁸ y un análisis sobre el grado de participación de los militantes en cinco democracias industriales avanzadas (Noruega, Reino Unido, Países Bajos, Dinamarca y Alemania). El trabajo concluye que la proporción de electores en relación a la militancia partidista tiene que ver con la fortaleza del sistema de partidos y de las instituciones democráticas, pero fundamentalmente con el tamaño del volumen de votantes y particularmente con el de los partidos.

En este sentido, Steven Weldon asegura que entre más grande es el electorado y entre más numeroso es el conjunto de militantes en un partido, la participación se ve afectada. Sugiere, en la perspectiva de Olson, que un número grande de activistas no es funcional para los partidos porque los incentivos se diluyen y los beneficios generalizados tienen un carácter muy marginal.

Peter Mair e Ingrid van Biezen hacen un estudio en veinte democracias europeas entre 1980 y 2000 para analizar la situación de la militancia partidista. En sus hallazgos observan una falta de compromiso en los partidos políticos para incorporar ciudadanos; que estas organizaciones, en su mayoría, no cuentan con una base de datos consolidada y confiable respecto al número de miembros. Es de llamar la atención que el problema se acentúa más en los países post comunistas como Polonia e Hungría.

CAPEL no. 50, 2006, pp. 91.

36. *Ibidem*, pp. 98.

37. Steve Weldon (2006) «¿Reducir mi organización política?: El impacto del tamaño en la militancia y activismo partidistas», en *Party Politics*. Sage Publications, London, 2006.

38. Australia, Austria, Bélgica, Canadá, República Checa, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Islandia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Malta, Holanda, Nueva Zelanda, Noruega, Polonia, Portugal, Eslovaquia, España, Suecia, Suiza y Reino Unido.

El estudio de la militancia partidista en México

El tema de la militancia ha estado ausente en el estudio de los partidos políticos en México incluso en el período de los gobiernos de la alternancia en la presidencia de la República (2000-2010). Los temas que predominan cuando se habla de la vida interna de los partidos, son democracia interna, confrontación entre líderes o fragmentación partidista y características de los liderazgos. Además existen trabajos más extensos que analizan en base a documentos históricos y entrevistas el nivel de institucionalización de los principales partidos políticos.

Característica	Variable	%	Total
Edad	15-29	38	75
	30-44	37	
Sexo	Femenino	37	100
	Masculino	63	
Último grado de estudios	Licenciatura	54	54/100
Tiempo como militante	Más de dos años	56	56/100
Dónde lo contactaron para ingresar como militante	Con los amigos	46	46/100
Por qué le interesó ingresar como militante al partido	Por la ideología	47	47/100

La Encuesta

Características generales de los militantes

La tabla 1 muestra una aproximación a las características generales de la muestra a partir de las encuestas aplicadas. En cuanto a la edad el perfil promedio del militante encuestado oscila entre los 15 y 44 años de edad, lo cual indica que los partidos emergentes en México cuentan con miembros, que en su mayoría, militan por primera vez en un partido. Asimismo los hombres muestran un mayor activismo político en la militancia, ya que 6 de cada 10 militantes encuestados corresponden al género masculino, lo cual da muestra de que papel de la mujer en los asuntos políticos y particularmente en la militancia es un tanto débil mostrando el papel marginal del género femenino dentro de los partidos políticos.

El grado de estudios predominante en los militantes es la licenciatura, los partidos emergentes se conforman por militantes con instrucción, lo cual podría suponer que los militantes son menos propensos a prácticas clientelares así como a la compra y coacción del voto ya que generalmente

estás condiciones pueden encontrar una explicación al nivel de escolaridad de los individuos.

La militancia en los partidos políticos aquí estudiados- PT, PANAL, PVEM y Convergencia- tiene una antigüedad predominante de más de dos años lo cual corresponde también a que casi 5 de 10 encuestados ingresaron a dichos partidos por la ideología. La forma de reclutamiento del militante que prevalece es por medio de los amigos, lo cual puede explicar el hecho de que la ideología sea el motivo por el cual se ingresa a los partidos políticos como militantes.

Aproximaciones acerca de la militancia

Por qué le interesó ingresar como militante al partido	Por la ideología	47	47/100
Militó antes en otro partido	Sí	31	31/100
Partido en el que militó con anterioridad	PRI	61	61/100
Principal atractivo para los electores	Las propuestas	50	50/100

De acuerdo a la tabla 2 cinco de cada diez encuestados ingresaron al partido correspondiente por la ideología, sin embargo la mitad de ellos ingresaron por otro tipo de incentivo que no corresponde al colectivo necesariamente. Tres de cada encuestados militaron en otro partido político, lo cual coincide con la edad de los militantes en donde observamos que 3 de cada diez están por arriba de los 44 años y con ello la posibilidad de haber pertenecido a la militancia de otro partido político es bastante probable.

El partido político del que provienen la mayoría de los militantes que estuvieron en otro antes del actual es el Partido Revolucionario Institucional, lo cual es muestra de la fuerte tradición priísta que aún se vive en México y que pudiera ser producto de los 70 años de autoritarismo político en que el país se vio inmerso. Las propuestas son consideradas el principal atractivo de los partidos políticos emergentes para los electores, el 50 % de los encuestados piensan que este es el principal incentivo por el cual el partido consigue militantes y simpatizantes.

Oportunidades e incentivos para la militancia

Posibilidad de ser dirigente	Mucha	64	58/100
Oportunidad de estar en los primeros lugares de la lista de candidatos	Mucha	59	58/100
Remuneración por la labor en el partido	Sí	53	57/100
Si otra organización le ofrece mayores ingresos se iría	Sí	19	19/100
Principal atractivo de la ideología del partido	Referida al proyecto de nación	47	47/100
Si otro partido le ofrece ser candidato y ubicarlo en los primeros lugares se iría	Sí	18	18/100

La militancia dentro de los partidos políticos emergentes responde a incentivos como en cualquier otra organización política. Dichos incentivos van desde las oportunidades electorales hasta la remuneración periódica por la labor desempeñada al interior del partido. En la tabla 3 encontramos que 6 de cada 10 encuestados consideran que tienen oportunidad de estar en la lista de candidatos y en un lugar privilegiado, este resultado concuerda con que casi 2 personas se irían de su partido si otro les ofreciera mayores oportunidades electorales. Sin embargo otro factor que se debe tomar en cuenta es que los incentivos selectivos que ofrecen los partidos políticos aquí analizados, son repartidos a un poco más del 50% de sus militantes y por ello solo 2 encuestados se irían si encontraran mejores oportunidades de ingreso en otro partido político.

Bibliografía

- Alan Ware. *Partidos políticos y sistemas de partidos*, Itsmo, Madrid, 2008, 505 pp.
- Ángelo Panebianco. *Modelo de Partidos. Organización y poder en los partidos políticos*, Alianza Editorial, Madrid, 1990.
- Flavia Freidenberg. «La democratización de los partidos políticos: entre la ilusión y el desencanto», en José Thompson y Fernando F. Sánchez C. (editores) *Fortalecimiento de los partidos políticos en América Latina: institucionalización, democratización y transparencia*. Instituto Interamericano de Derechos Humanos- Centro de Asesoría y Promoción electoral, San José C.R. Cuadernos de CAPEL no. 50, 2006.
- Instituto Interamericano de Derechos Humanos. *Democratización interna de partidos políticos en Centroamérica: avances y tareas pendientes*, IIDH, San José, Costa Rica, 2004, 486 pp.

- José Ignacio Navarro. *Partidos políticos y «democracia interna»*. Centro de estudios políticos y constitucionales. Cuadernos y debates no. 85, Madrid, 1999, pp. 78-86.
- Knut Heidar, «Party membership and participation», en Richard Katz y William J Crotty *Handbook of party politics*, Sage Publications, London, 2006.
- Mancur Olson. *La lógica de la acción colectiva: bienes públicos y la teoría de los grupos*, Limusa, México, 1992, 322 pp.
- Manuel Alcántara. *¿Instituciones o máquinas ideológicas?: origen, programa y organización de los partidos políticos latinoamericanos*, Instituto de Ciencias Políticas y Sociales, Barcelona, 2004.
- Maurice Duverger. *Los partidos políticos*, Fondo de Cultura Económica, México, 1955, 459 pp.
- Patrick Seyd y Paul Whitely «British party members», en *Party Politics*. Sage Publications, London, vol 10, no. 4, 2004.
- Richard Katz. «The internal life of parties» en Richard Luther, Kurt; Muller-Rommel, Ferdinand (2005). *Political Parties in the New Europe*, Oxford University, New York, 2005 391 pp.
- Fernando Sánchez. «Partidos políticos en América Latina: transformaciones y líneas para su fortalecimiento», en José Thompson y Fernando F. Sánchez C. (editores) *Fortalecimiento de los partidos políticos en América Latina: institucionalización, democratización y transparencia*. Instituto Interamericano de Derechos Humanos- Centro de Asesoría y Promoción electoral, San José C.R. Cuadernos de CAPEL no. 50, 2006.
- Steve Weldon «¿Reducir mi organización política?: El impacto del tamaño en la militancia y activismo partidistas», en *Party Politics*. Sage Publications, London, 2006.