

# UACM

Universidad Autónoma  
de la Ciudad de México

---

*Nada humano me es ajeno*

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN CIENCIA POLÍTICA Y ADMINISTRACIÓN URBANA

**“La relaciones clientelares. Estudio de caso delegación Gustavo A.  
Madero 2009-2012”**

TRABAJO RECEPCIONAL

PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIADO EN  
CIENCIA POLÍTICA Y ADMINISTRACIÓN URBANA

PRESENTA:

**C. Adriana Monserrat Vázquez Ortiz**

Director del trabajo recepcional  
**Dr. Julián Andrés Caicedo Ortiz**

México, D.F. Enero 2014.

## SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



## UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

### RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

### DERECHOS RESERVADOS<sup>©</sup>

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

## *Agradecimientos:*

*Esta investigación no hubiera sido realizada de la mejor manera sino contara con el apoyo de muchas personas que estuvieron a mi lado:*

*Quiero agradecer primero a mi director el Dr. Julián por su apoyo y enseñanza durante el tiempo que se llevó esta investigación. A mis sinodales y maestros agradezco su ayuda y enseñanza que me brindaron durante las horas de clase a lo largo de toda la carrera, por ello mi sincera gratitud.*

*Agradezco también a mis hermanos Miguel, Alma, Julio y Aleli que siempre han estado apoyándome, al mi pequeñito que desde el momento que lo conocí a llenado mi vida de alegría con cada risa, Joshua. Le agradezco a mi tío Santiago quien me su brindo apoyo.*

*Pero de quien no encuentro la manera y forma de agradecerle su infinito apoyo incondicional es a la mujer que ha estado en cada paso que he dado en mi vida. Mi madre Francisca Ortiz quien sin importarle las adversidades siempre ha buscado la manera se apoyarme. Mis sinceros agradecimientos a ella.*

*Adriana M. V. Ortiz*

## Índice

Introducción.....	2
Capítulo I. Marco teórico-conceptual.....	6
1.1 Clientelismo.....	7
1.1.1 Conceptos y limitaciones en su estudio.....	11
1.2. Paradigmas de análisis.....	12
1.2.1. Tradicional (pre-moderno) .....	13
1.2.2Moderno.....	15
1.2.3. Postmoderno.....	20
1.3. Relaciones clientelares.....	27
1.3.1. Usos conceptuales.....	28
1.3.2. Relaciones diádicas.....	28
1.3.3. Relaciones tríadicas.....	29
1.4. Escenarios y formas de organización.....	31
1.4.1. Mayorías limitadas.....	31
1.4.2. Mercados excluyentes .....	32
1.4.3. Círculos cerrados.....	33
1.5. Marginación.....	34
1.6. Programas sociales.....	37
Capítulo II. Demarcación territorial.....	39
2.1 Delegación Gustavo A. Madero.....	40
2.2. Características socioeconómicas.....	41
2.3. Nivel de desarrollo urbano y social.....	42
2.4. Escenario electoral.....	44
2.5. Comportamiento electoral.....	46
Capítulo III. Delegación GAM y Programas sociales (2009-2012).....	54
3.1 Descripción de los programas sociales.....	57
3.2. Objetivo .....	59
3.3 impacto y significaciones.....	62
3.3.1. Características.....	66
3.3.3. Accesibilidad e información.....	73
Capítulo IV. Análisis de contenido: Relaciones clientelares – Programas sociales.....	79
4.1 La constitución de redes de poder.....	84
4.2. Quienes las integran.....	89
4.3. El camino de los programas sociales en las relaciones informales.....	94
4.4.1. Consolidación o retroceso de la participación.....	95
4.5. El papel de los comités ciudadanos.....	101
Conclusión.....	114
Bibliografía.....	123

# **Las relaciones clientelares. Estudio de caso Delegación Gustavo A. Madero 2009-2012**

## **Introducción**

En América Latina, México ocupó el tercer lugar, hasta 2011, en cuanto a ddivas ofrecidas por los políticos en épocas de campañas electorales, según un estudio de elaborado por el Barómetro de las Américas del Proyecto de Opinión Pública de América Latina (LAPOP), solo después de Republica Dominicana y Argentina. México presenta debilidades conscientes que el órgano institucional muestra en sus métodos empleados para la participación política de la población, por ello el clientelismo político mediante su habilidad eficaz y eficiente instrumentalista de la compra de votos, el uso informal de las políticas sociales y puestos públicos, ha logrado formar parte de la vida cotidiana de la población. Así llegado el día de las elecciones, el trabajo latente de los intermediarios en las relaciones clientelares les resulta, en la mayoría del tiempo, fructífero pues este voto de la población que otorgaran formará parte del voto o de una movilización.

Por lo anterior, y sumado a las acciones que he logrado observar durante los procesos electorales y de latencia, por parte de personas (intermediarios) que a cambio de un bien necesario para el ciudadano, intercambia el voto o su movilización, me surgió la inquietud de realizar una investigación que describa a detalle estas acciones. Para ello me propuse caracterizar las relaciones que se establecen, identificando a sus actores y asimismo identificando cómo es que los recursos públicos llegan a formar parte de relaciones clientelares, y las implicaciones que esto trae consigo, dentro de la Delegación Gustavo A Madero, lugar donde pude visualizarlas y analizarlas.

Es por esto que, consciente de la complejidad de dicho fenómeno, en la presente investigación presento el estudio de caso de la Delegación Gustavo A Madero (GAM), la cual se ubica al norte del Distrito Federal con una población a 2010 de 1, 185, 772, lo que la ubica en el segundo lugar de las

delegaciones, después de la delegación Iztapalapa. Cuenta con un índice de marginación a 2005, según datos del Consejo Nacional de Población (CONAPO), del 34% en grado medio y 24% muy alta en sus 117 colonias; medidas que dan cuenta de la dificultad del progreso de su desarrollo y la precaria estructura de oportunidades sociales para los ciudadanos, sus familias y comunidades, exponiéndolos a privaciones, riesgos y vulnerabilidades sociales que escapan al control personal, familiar y comunitario, por lo que la hace susceptible a que el clientelismo, siendo una forma de intercambios informales, logre adaptarse a la manera de vivir y accionar de aquellas personas que debido a sus carencias buscan cubrir aunque sea por un momento sus necesidades.

Sumado a lo anterior, las necesidades y la falta de acción gubernamental formal se han convertido en parte de un proceso que funciona a partir de intercambios informales, es decir arreglos clientelares, que a través del tiempo el intermediario ha logrado sofisticar con nuevos métodos, como el uso de programas sociales en periodos de latencia, es decir, el tiempo que transcurre de una elección a otra, para que su relación de intercambio sea formal o más segura, y para que al llegar una elección otorguen el voto, aunque si bien no es segura, tampoco lo garantiza.

Frente a esta realidad mi objetivo fue el de caracterizar las relaciones clientelares y las implicaciones que tiene entre sujetos (políticos-intermediarios-cliente) y la delegación GAM, en el periodo de latencia 2009-2012. Partiendo de las siguientes preguntas ¿cómo se establecen las relaciones clientelares entre sujetos (políticos-intermediarios-cliente) y la delegación Gustavo A. Madero en 2009-2012? y posteriormente, ¿cómo caracterizan las relaciones clientelares? Y, ¿qué implicaciones tienen entre sujetos (políticos- intermediarios- cliente) las relaciones clientelares y la delegación GAM?

Lo anterior a partir de una metodología cuantitativa y cualitativa, ya que se realizó un análisis de los diferentes agregados electorales, tomando como base la participación electoral para Jefe Delegacional en Gustavo A Madero. La aplicación de entrevistas semiestructuradas a 30 representantes

de colonia Cuauteppec, Progreso Nacional y Santa Rosa, para saber detalladamente cómo se entreteje la relación entre ellos y población; 50 sondeos a votantes de las colonias mencionadas, cabe resaltar que fue muy difícil realizar las entrevistas y los sondeos, toda vez que representantes no aceptaron ser entrevistados porque según mencionaron otros de los entrevistados estaban con el nuevo Jefe Delegacional y para el caso de los votantes el tema de política o relacionado al gobierno les resulta desagradable o agresivo ya que según mencionaban la situación del país es muy mala en cuanto a cómo los gobernantes responden a sus demandas y a las en la economía afectándolos a ellos, cuando son los que menos salario ganan.

Asimismo trabajo de gabinete, analizando tres programas sociales de la delegación de 2009-2012. Esto para saber si estos llegan o no a formar parte del intercambio y las zonas de impacto en la demarcación (colonias y población), ya que considere que esta acción es el punto clave de la metodología cualitativa; así como sondeos a personas que han sido beneficiados por algún programa social. Por ello me propuse: en el Capítulo I analizar y discutir el concepto de clientelismo en su etapa tradicional, moderna y posmoderna, con el propósito de identificar el tipo de clientelismo y una definición del concepto acorde a las características que presentó la Delegación Gustavo A. Madero puesto que el concepto es muy complejo y no existe una sola definición. Asimismo se expone los conceptos básicos de la investigación y la metodología empleada.

En el Capítulo II se expuso un análisis del contexto socioeconómico de la Delegación Gustavo A. Madero y un análisis del escenario electoral y comportamiento electoral, donde se pudo apreciar que a pesar de la pluralidad partidaria la Delegación Gustavo A. Madero tienen preferencia por el Partido Revolucionario Institucional, no importando la volatilidad que pudiera presentarse en cada elección los resultados siempre favorecen a un sólo partido, sin embargo la participación ciudadana en cada elección es menor al 50%, es decir, que en cada elección se presenta la apatía política en los votantes,

como resultado de la falta de respuesta y de promesas políticas del órgano institucional, como es la Delegación Gustavo A Madero en cada una de sus colonia.

Posteriormente en el Capítulo III se analizaron los programas sociales Apoyo Alimentario, Tengamos calidad de Vida y Hagamos Juntos la Despensa para el estudios de caso, a partir del objetivo, el impacto y la significación, las características y el acceso de información con la que cuentan cada uno de los programas, con el propósito de distinguir lo que los hace susceptibles a relaciones informales: provocando con esto que los programas sociales terminen por ser condicionados a los beneficiarios.

Finalmente en el Capítulo IV analicé las acciones de gobierno para identificar si los programas sociales, de la delegación GAM, se constituyen con arreglo a fines electorales; identifique y definí los actores participantes en la relación clientelar; así como también identifique los métodos utilizados por los intermediarios para la cooptación del voto: y finalmente identifique las implicaciones que trae consigo las relaciones clientelares– programas sociales de la delegación Gustavo A Madero.

El aporte que esta investigación del clientelismo político hace a la Ciencia Política ayuda a entender el comportamiento informal de los actores políticos y los ciudadanos antes y durante un proceso electoral. Comportamiento de estos actores que no sólo explicaran la manera y el procedimiento en que una elección se realiza, sino que también esta investigación describe la insatisfacción de las decisiones generada por la crisis de los órganos institucionales encargados de tomar las decisiones para la sociedad y dar respuesta a sus demandas. Ya que la ciencia política se encarga de estudiar los hechos, procesos y conducta política; y el clientelismo político se encarga de estudiar una forma de asociación entre la población necesitada he insatisfecha por la falta de respuestas a sus demandas.

## **Capítulo I.**

### **Marco teórico-conceptual**

Sobre clientelismo político en México, hasta antes del 2000 muy pocos estudios de casos había, debido a que se creía que este fenómeno comenzaba a decaer. Sin embargo en estos últimos años se han elaborado investigaciones acerca de este intercambio que ha sido muy utilizado por las elites políticas e intermediarios como medio para llegar al poder u obtener mayores beneficios. Además, en la actualidad el clientelismo es intemporal, ya que no se puede comprobar su existencia, aun cuando el cliente vote o no por el partido que le hayan instituido para sufragar. Esto porque en el momento de votar ninguna persona puede estar presente con el cliente. Lo que queda es una indeterminación de fidelidad o de reciprocidad a lo otorgado.

Actualmente México se ha identificado por ser un país en vías de desarrollo y con una democracia fracturada, dado que su estructura institucional es muy frágil y no responde en muchas ocasiones a las demandas solicitadas. Lo que implica que esté receptivo a procesos tales como el caciquismo o patronazgo donde se materializan estas relaciones informales, en un principio y después los clientelismos, los cuales buscan fracturas y debilidades en un gobierno y en una ciudadanía que satisface sus necesidades cotidianas a través de relaciones clientelares que se establecen entre un político, un intermediario y un ciudadano y que tiene como fin cubrir un número determinado de votos a cambio de ciertas necesidades: Provocando a su vez, una desafección política creciente en la población, lo que por consiguiente ha sido motivo para que el clientelismo haya perdurado y transformado en el tiempo, a través de una simulación de institucional moderna (Hernández, 2008; Günes-Ayata, 1994) informal, oculta y captadora de votos.

Partiendo de esta idea los clientelismos pueden identificarse como: a) clientelismo electoral que se refiere al intercambio de bienes materiales o favores a cambio de su voto en tiempos electorales; b) clientelismo de partido o burocrático aquel que se establece entre personas que buscan como intercambio un puesto público y se juega con la imagen mediática del político; c) clientelismo político que se refiere a la utilización de recursos públicos, bienes materiales y apoyos por votos o movilizaciones en tiempos electorales y de latencia, según el intermediario indique a los clientes. Cabe mencionar que este último será el tipo de clientelismo que se utilizará como base para explicar y analizar el estudio de caso y tener a partir del marco teórico, un concepto sobre clientelismo político que ayude a explicar cómo es en su vida actual.

Ahora bien, el grado de persuasión en cada tipo de clientelismo es distinto, esto es, que depende del nivel de competencia electoral entre los partidos; de la práctica en el uso de los recursos públicos; y del grado de organización, eficacia, respuesta, representación y participación real de los interesados y de los intermediarios.

## 1.1 Clientelismo

El propósito de este apartado es, a partir de varios autores que han estudiado al clientelismo, establecer un concepto que pueda dar cuenta de lo que significa y pueda ser utilizado como base para mi investigación, esto debido a que no existe un concepto en general. En cada estudio retoman algunas características como las que se exponen con Roninger (1977) y posteriormente los autores agregan ideas importantes que dan cuenta de cómo el clientelismo se ha ido transformando y ha adquiriendo presencia en los lugares donde persisten relaciones de protección, y que por ende presentan algún grado de marginación.

Ahora bien, el clientelismo político es contradictorio, asimétrico, desigual en las relaciones que realiza, puesto que la estructura de las retribuciones- acto de carácter oculto, informal y extralegales de los bienes y servicios ofrecidos- hacia los clientes son utilizadas para dar o aumentar el poder, y se espera que los clientes provean a los patrones de recursos y que ejerzan respeto hacia ellos. Así entre menos estén legitimados los arreglos más vulnerables serán con las fuerzas sociales que intenten contrarrestarlos (Roninger, 1977).

La posición de un patrón-intermediario nunca está totalmente legitimada por lo que están obligados a confiar en sus seguidores para solidificar su posición: el cliente es protegido de la inseguridad social o material y es provisto de bienes y servicio, esto es, una estrategia de intercambio complementaria, estrategia que se afecta por consideraciones instrumentales y de poder inmediata y compromisos mutuos.

Dada la eficiencia y sofisticación de los métodos empleados de los intermediarios para cooptar el voto de sus posibles clientes el clientelismo político, planteo Wills (1990), logro incorporarse a lo urbano mediante una instrumentalización y a través de un intercambio por favores, lo cual tradujo las expectativas y deseos de algunos sectores de la sociedad civil en estado de pobreza, con una forma de intermediación personalizada que privatiza las relaciones entre los ciudadanos con lo público y de manera jerarquizada. Con ello, el clientelismo mantendrá la crisis de igualdad y legitimidad en los procesos electorales, resultado la crisis del Estado y la misma ciudadanía al no tener respuestas de sus demandas. Motivo por el que los intermediarios contarán con masas disponibles a nivel social para cuando requieran de su apoyo con votos. Esto es posible por su mecanismo de movilidad y control social y caracterizado por su flexibilidad.

Lo que estas ideas dan fuerza a la evolución del clientelismo son los crecientes niveles de desempleo y privatización material hacen que este tipo de intercambio informal tenga fuerza y ocupen

el centro de las preocupaciones políticas. Estos problemas dan cuenta de la dimensión subjetiva del funcionamiento del clientelismo, es decir, de las representaciones, percepciones y motivos que explican las razones por las cuales los actores inmersos en esas relaciones se comportan de tal o cual manera (Auyero, 1997).

También agrego Auyero (2002), que el clientelismo junto con las ideas antes mencionadas, se da una norma de reciprocidad o principio generador de las prácticas clientelares, que se da cuando las personas otorgan su voto a sus bróker como retribución de su bien o servicio otorgado. Con ello se pudo inferir que este fenómeno vive una doble vida indeterminada; por una parte existe una contradicción entre los lados objetivos, es decir entre la vida que experimenta el clientelismo en la red de intercambios, y por otra subjetivos, esto es, la vida que vive el clientelismo en las mentes de quienes participan en el arreglo clientelar.

El clientelismo político, institucional o fino es una relación mucho más compleja de lo que se cree, ya que busca una lealtad política creada a partir de un mediador que se hará cargo de buscar clientes y quien tendrá que asumir el rol de transmisor de valores y generar la lealtad que legitimen el lugar de la elite, a través de la rutinización de sus prácticas y dentro de círculos que le permitan una relación personalizada y controlada (Trotta, 2003).

Se cree que no existe coerción porque los individuos son conscientes de su acción y están informados de la reciprocidad y por tanto muchos de ellos ahora son sujetos, aunque no se escatima que aun puedan existir estructuras de condicionamiento en las prácticas cotidianas que se establezcan y que, por ende, estos sean objeto de manipulación. Teniendo como fin el beneficio de ambas partes.

Junto a estas características, Tosoni (2007) destaco que el clientelismo juega doble, por una parte se encarga de distribuir recursos de las políticas sociales afianzados en la reciprocidad que el cliente le otorgue por la eficacia que este haya cumplido a través de los recursos o apoyos en tiempos

de campaña. Y por otra éste forma una estructura jerárquica donde los clientes no pueden aspirar a algo, pero a la vez los clientes son conscientes de esta realidad y aceptan participar en la relación de dominación. Aunque cabe la posibilidad de que la subordinación psicológica termine cuando se dé el incumplimiento del partido hacia los pobladores, pero sólo en el repertorio de estas relaciones clientelares.

Las alianzas que hacen los brókeres con partidos políticos se da dependiendo de la probabilidad de ganar las elecciones. Pero, a través de una cierta estructuración sustentada en el intercambio que está organizado, puesto que sus actores establecen relaciones de interés basadas en la protección y en la dependencia de la red para subsistir. Asimismo “la eficacia del clientelismo se da donde es más probable controlar el comportamiento electoral de los individuos y donde perviven las relaciones de protección y dominación de carácter personal” (Romero, 2007: 14).

Paolus (2010) agrego que en las actuales sociedades modernas más que el intercambio de votos y apoyos, empleos y servicios; se está trabajando en redes donde los patrocinadores o intermediarios y clientes poseen una identidad común, en la cual se intenta mantener un contacto directo con "su gente", ya que son puntos de referencia tanto para los clientes como para los usuarios. En otras palabras se refiere a que viven cerca- vecinos, familiares, amigos, etc.- y refiere a personas que aceptan las condiciones que el intermediario expone como resultado del parentesco, amistad o gratitud que tengan, con el objetivo de estar en constantes visitas.

Con base en lo anterior, se infiere que esta relación informal de clientelismo se refiere a un vínculo político o uso de los recursos públicos que se caracterizan por dos ideales: uno clientelista que se genera a partir de criterios personalizado o de pactos privados; y el segundo implica un ideal universalista, es decir, la existencia de criterios anónimos y puntuales en la base de las actividades de las relaciones clientelares.

Asimismo esta relación es un vínculo entre patrones-intermediarios y clientes, donde aparte del intercambio, se logran establecer relaciones de lealtad política fortaleciendo el vínculo entre los integrantes del círculo al que pertenece, es decir a un grupo cerrado de personas que intermediarios crean para poder cooptar el voto. Esta lealtad se mantiene en el caso del clientelismo político mediante el uso de recursos públicos que son el uso de los programas sociales que tienen como objetivo el apoyo a los grupos más vulnerables.

En otras palabras, las relaciones clientelares políticas son vistas como arreglos rutinizados, jerárquicos y contradictorios, como lazos de control, voluntarios, informados, en algunos casos, y dependientes de sus intermediarios. Asimismo son lazos verticales basados en diferencias de poder y la desigualdad de la distribución de los recursos y oportunidades, que tienen como finalidad cooptar el voto, mediante una lógica de compra y venta, y a través de la sofisticación de métodos que ayudan a que esto sea posible. En condiciones estructurales en las que el clientelismo emerge y traza un sistema de relaciones objetivas donde los individuos se localizan. Lo que remite a la norma de reciprocidad y/o lealtad como principio generador de una acción generadora de las prácticas clientelares: por último está acepción juega una doble vida debido a la circulación objetiva de los recursos y apoyos; y la experiencia subjetiva de los actores.

#### 1.1.1 Conceptos y limitaciones en su estudio

Sobre el clientelismo se ha escrito muy poco en México, los estudios que existen comienzan con el caciquismo y patronazgo, de los cuales hay textos sobre estudios de caso que ayudan a comprender su forma de actuar. Estos tampoco logran acomodarse en un concepto general, debido a las características que los caciques y patrones presentan en sus condiciones socioeconómicas y étnicas dentro de cada

relación. Aunque al final lo que todos comparten es su papel de mediadores y detentadores de poder es ser el medio donde se presentan las relaciones políticas informales.

Aun cuando el clientelismo tiende a ser indeterminado en tener un significado concreto (Günes-Ayata, 1997), se pueden identificar características generales como son: 1) intercambio jerarquizado entre dos personas; 2) es instrumental; 3) lealtades coaccionadas, relación desigual, relación que se da cara a cara; 4) es un intercambio recíproco. Por otro lado las características que pueden hacer confuso el tipo de clientelismo del que se esté hablando, son las características particulares estas son su contexto, circunstancias y lugar donde se encuentre, los recursos utilizados para el intercambio, aunado a las características de las personas que entablen la relación. Por tal motivo es conveniente que al hacer uso del concepto se precisen las características del tipo de clientelismo que se hable, ya que su indeterminación e intemporalidad es un factor determinante para sus características.

## 1.2. Paradigmas de análisis

Los procesos en los que se desarrollan las relaciones informales comienzan en el siglo XIX y gran parte del siglo XX, en esta etapa se muestra como el caciquismo y patronazgo adquiere un modo de control político o forma de mediación política caracterizada por una lealtad de lazos de parentesco, ritual o político, y por compromiso o incentivos de tipo económico. Estableciéndose dentro del ejercicio informal y personal de los agentes de representación económica (caciques) para proteger intereses individuales o de colectivos rurales (campesino y proletario), lo que provoca la eliminación de la participación democrática popular, Bartra (1999).

Así, en los últimos años del siglo XX el caciquismo y patronazgo dan paso al clientelismo, por su forma de patrón-cliente, transformándose no sólo en la forma de intercambio, de diádas a triadas sino también los métodos utilizados para poder cooptar la atención de los clientes en los periodos

electorales y de latencia. Aunque tampoco se puede negar que en algunos lugares de México aún pudieran existir este tipo de relaciones informales.

Por otra parte el clientelismo parte de tres posibles etapas que explican las circunstancias que abren el paso a que este fenómeno se haya desarrollado en México, y que en la actualidad forme parte de la cotidianidad de muchos ciudadanos. Estas son la tradicional o premoderna, la moderna y la postmoderna.

#### 1.2.1. Tradicional (pre-moderno)

Antes de describir esta etapa del caciquismo y patronazgo se debe entender cómo eran las relaciones informales de las comunidades del siglo XIX para comprender la manera de establecer acepciones entre los individuos. Las relaciones informales de la comunidad de este tiempo se estableció bajo un grupo cerrado donde la pertenencia lo es todo, que se manifiesta a través de una solidaridad mecánica; así la autoridad será la ley y mantendrá la sumisión de toda la comunidad, como también esta jerarquizada, y será rechazado el extranjero o enemigo a ellos. (Ávila, Fernández, Millán y Morales, 2011).

La diferencia entre los caciques y los patrones, es que uno, el patrón puede obtener mayores beneficios puesto que los beneficios mejores siempre eran para él como patrón; el cacique fue una persona con poder limitado, a diferencia del primero, este no rebasó la comunidad de donde pertenecía. Lo que ambos comparten es la forma de establecer los intercambios, los patrones con sus empleados y los caciques mediante lazos de parentesco, de vecinos o de dependencia.

Cabe mencionar que las relaciones informales, de la etapa premoderna, en una ciudad se fijaron un tipo de corporativo atendiendo a la convivencia del grupo encargado por el señor o superiores. Y a su vez, los que controlen los votos serán seguidos por una masa, aunque cuando existe una alternativa

la cohesión del grupo dependerá de los servicios especiales, privilegios que el señor pueda otorgar a los integrantes que le serán atribuidos como lealtad. Esto configura una acepción entre patrón-cliente.

Para los años del siglo XIX las relaciones tradicionales se describieron como una relación en diadas. No existía mucha diferencia entre lo que poseían, los que obedecían y el que mandaba, para el caso de los caciques. Cabe mencionar que las características y apariencias de los caciques fueron diversas, debido a las facilidades que se otorgan por algún bien o por el tiempo que llevaban como caciques.

Las características de las relaciones informales tradicionales en las comunidades, mencionó Foster (1961), se dieron en un nivel intermedio o de reciprocidad que los llevo a un modelo social. Estas acepciones se dan mediante contratos sociales por medio de relaciones contractuales, es decir, contratos informales o implícitos debido a que carecen de ritual o fundamento jurídico, pues sólo existen entre los contrayentes. Estas son diádicas y pueden encontrarse entre iguales socialmente y económicamente; entre personas de diferentes status socio-económicos, categorías, como los líderes políticos o patrones, ambos en una obligación implícita de reciprocidad, como se había mencionado anteriormente, ya que esta es la unión de la sociedad y el motor de su funcionamiento, para poder describir el contrato métrico entre iguales y su validación de reciprocidad.

Miranda (1977) agrego que las relaciones de solidaridad vertical o lealtad funcionalista se dan mediante manipulación de la lealtad y fidelidad dentro de mecanismos informales de prestación o contraprestación y de la compleja reciprocidad existen. En otras palabras es cuando un campesino depende del patrón explotador y monopolizador, el cual le impide optar por otro patrón, al quedarle debiendo por lo prestado –tiendas de raya- para el caso del patronazgo. Esta solidaridad modera las relaciones sociales donde los recursos son controlados y monopolizados por la clase de poder, en los tiempos electorales. Por último esta relación informal se definirá a través de las “relaciones primarias,

en las cuales el individuo tiene identidad y sentido de pertenencia a marcos interactivos concretos”, esto es una acepción privada (Günes, 1994: 48)

Es decir, que las relaciones premodernas del siglo XIX que corren de los años 1800 a 1900, que describen estos autores, son funcionalistas, es decir mediante una relación contractual y de solidaridad mecánica o reciprocidad manipulada, en otras palabras control informal. Dentro de un grupo cerrado, jerarquizado, diádico- patrón-cliente o cacique-cliente, y fuertemente coaccionados ya que el poder del patrón o cacique giraba como líder político, lo que quiere decir que controlaban a todos y para no perder el trabajo o beneficio tendían a obedecer en votar por la persona que le mandara.

La permanencia de las relaciones informales para usos políticos en el siglo XIX se fortalecieron por las condiciones socioeconómicas de la población rural, ya que al ser necesitado el ciudadano tiende a depender de los beneficios informales que otorgan por su voto y por ende no podía revelarse ante el poder político que su cacique o patrón representaba.

### 1.2.2. Moderno

La siguiente fase o etapa de las relaciones informales en las comunidades tradicionales y ciudades, fue la modernidad surgida en el siglo XX, aunque no se descarta que las acepciones de la etapa anterior hayan desaparecido por completo para esta etapa, sino que esta fue la evolución que comenzaron a presentar las comunidades tradicionales y ciudades con el paso de la Revolución Mexicana que es a partir de 1910, y con la que a su vez comienzan a nacer más ciudades y a las cual se trasladan los individuos para mejorar condiciones de vida o que se trasladan por circunstancias que los llevan a vivir a las ciudades. Dentro de la ciudad la política será lo que sucede en lo público; la ley será la autoridad; y los individuos ya serán libres y miembros de un gremio o ciudad, las asociaciones podrán ser autónomas y deliberadas racionalmente cuando sea conveniente. Los lazos que unen a los individuos,

para esta etapa, ya eran mediante una relación jurídica, por lo que podrían no tener algún lazo, a diferencia de las comunidades.

Para el tiempo moderno los sobrevivientes, caciques y patronos, representaron el voto duro de los partidos que pudieron establecer mejores relaciones del tipo patrón-cliente. Aunque si los privilegios decaen los grupos serán inciertos para votar. Y como el sistema político no los representa, ellos no votaban por él. Lo que lleva a concluir que la comunidad o grupo votaba por cierta persona sin importar el partido político pues lo veían como algo moderno, y lo que importaba para ellos era su comunidad o costumbres, lo que Ávila, et al (2011) denominaron, voto psicológico.

Una de las características de la sociedad a donde pertenecieron posteriormente los individuos, fue que ellos estaban ahí porque querían, y porque creían que era conveniente. El individuo pedía protección al Estado sobre abusos de sus vecinos, es decir se estableció una visión pragmática de la autoridad; por lo que al paso del tiempo ya se tenían ideas respecto a la naturaleza del poder político, es decir podían elegir votar. Su objetivo como individuos, fue alcanzar su bienestar, aunque si se veían amenazados posponían sus ideales políticos, por sus metas económicas; lo que para ellos fue defender sus ideales respecto a la sociedad que le permitió su desarrollo individual. Una vez que el individuo se convirtió en ciudadano, dentro de la ciudad, trabajo por el colectivo en la medida en que le posibilitó su realización individual. Dentro de la ciudad, como ciudadanos se sometieron a la ley- Constitución Mexicana de los Estados Unidos Mexicanos- por la creencia en la racionalidad de su estructura y funcionamiento.

Cabe mencionar que las ideas principales por las que llegó a votar el ciudadano a el inicio de la etapa moderna, se refieren a que su voto era necesario para la legitimidad y prevalencia al sistema; y porque consideran que su voto es importante para no permitir el acceso a personas que consideren

inadecuadas, así como también su participación es considerada una opción indispensable para su triunfo de la Revolución Mexicana. Es decir, el voto moderno es calculador y coyuntural.

Así, el caciquismo y el patronazgo siguieron como proceso mediante el cual se da el intercambio en algunos lugares, para satisfacer necesidades y dieron paso a que muchos caciques y patronos desaparecieran y otros buscaran mayor poder del que tenían, como se muestra en esta etapa denominada *Moderna o estructural*, donde se puede encontrar al caciquismo o patronazgo como clientelismo, en una relación que fue de diadas- patrón cliente o cacique-cliente- a triadas- patrón-intermediario(bróker)-cliente, y con una nueva visión capitalista y bajo la control de los partidos políticos.

De manera que los caciques con los cambios generados, para ese los años posteriores a 1900, logran ocupar un lugar dentro del poder federal, lo que a su vez acrecienta su poder en lo local y pueden expandirse a otros lugares aledaños que estén vulnerables por condiciones socioeconómicas o que no tengan un líder o cacique que los represente y les ayude a conseguir bienes necesarios para la comunidad. Así las relaciones informales o clientelismo renovaron las estructuras de mediación, donde se encontraron por caminos paralelos con la estructura y prácticas políticas y con bases económicas relacionadas con la explotación de sectores campesinos tradicionales.

Roninger (1977) creyó que las relaciones tradicionales y naciente clientelismo habían nacido en los mercados que no son controlados por el sistema, así como el acceso desigual dentro de los mercados y en las esferas sociopolíticas. Al afectar la distribución y la redistribución estos dos se sometieron a la dinámica de la economía política, lo que trajo la vulnerabilidad de la gente, a la pérdida de control del patrón, la disminución en la provisión de recursos, la falta de demanda de los recursos y de servicios del patrón. Esto es, la fragilidad las relaciones tradicionales y el camino hacia varias formas de clientelismo, así como también a la creciente importancia de los mercados en las economías,

la aceleración de la urbanización y la expansión de las actividades regulatorias y extractivas de las administraciones centrales.

Antes de que las identidades sociales, de las comunidades rurales, se cristalizaran en clases sociales, sus demandas y frustraciones buscaron una salida electoral dando como resultado la reestructuración fragmentada y el surgimiento de lazos patrón-cliente bajo la forma de instituciones modernas, el clientelismo. Por lo que las formas, ahora clientelares de dependencia resistieron donde el cambio social estaba retrasado en la modernización política o donde la estructura orgánica de las instituciones era frágil o no respondió a las demandas sociales.

Para Miranda (1977), relación informal era contractual e instrumentalista entre personas de status y poder desigual, que impone a las partes obligaciones recíprocas de diferente naturaleza. Se exige de una parte protección y favores y de la otra lealtad. Las retribuciones que puede recibir el cliente de su patrón son ayuda económica, mediación y otros. Las contraprestaciones del cliente son verbales y económicas, estas relaciones son asimétricas.

Con el clientelismo los partidos políticos buscaron el apoyo de una clientela heterogénea y que los líderes partidistas ofrecieran recompensas materiales a sus seguidores, dadas las transformaciones el clientelismo vuelve a las personas individualistas y egoístas, ya que buscan su propio beneficio dentro de los grupos o círculos cerrados, Cazorla (1992).

Así el paso del tiempo da pie al clientelismo político, donde las bases de éstos, disciplinadas y jerarquizadas, dominaron la militancia dirigida por las elites, las cuales respondieron a los bajos niveles de capacidad política o de las movilizaciones cognitivas. Esto refiere que eran lealtades de grupo. Con el tiempo las dependencias o las relaciones fueron cada vez más diversificadas.

Por otra parte, el clientelismo generó expectativas y esperanza con las que el individuo se sintiera protegido y con el poder de depender de un patrón (individuo u organización). Esto mediante

un apoyo recíproco en consecución de intereses particulares y satisfacción de beneficios mutuos, relación que se determinó, dentro de la modernidad, como apoyo estrecho y egoísta.

En esta etapa el mediador y el cliente fueron los seguidores de una norma de reciprocidad o calculadores de las mejores maneras de maximizar sus capitales, menciona Auyero (1997), toda vez que, dentro del clientelismo las condiciones son estructurales en las que este emerge y traza el sistema de relaciones objetivas y donde los individuos se localizan.

La persistencia y evolución de las relaciones entre las élites políticas y las masas se dio por la existencia de la pobreza extrema y la desigualdad que obliga a los privilegiados a buscar ventajas del sistema político que inhibe la organización de mecanismos alternativos de representación de interés (1997).

Las relaciones entre patrón-intermediario-cliente fueron entre distintos *status* o riqueza con base en la lealtad y apoyo político predominantes en ámbitos modernos, formales y administrativos. Y la carencia de capital social de los pobres urbanos significó la relación que tuvieron con las elites políticas locales y las clases medias, las cuales son instrumentales, y donde su capital social les permitió entrar en relaciones más estables y adquirir cualidades cuasi-parentales, diferentes a las primeras. Y con ello estableciendo una relación clientelar jerarquizada, individualista, recíproca, egoísta.

El clientelismo político ha ido sofisticándose de la mano con las transformaciones que la ciudadanía va teniendo, es decir ya no coacciona explícitamente como lo hacía, por el contrario ha ido buscando otras formas o métodos empleados para poder cooptar el voto, por ejemplo los puestos públicos en la administración, antes estos hubieran sido selectivos, ahora aquel intermediario que mejores nominas tenga que ofrecer a los políticos mejores beneficios tendrá no sólo él como intermediario, sino también su clientela podrá obtener mejores beneficios y respuestas a las demandas sociales que tenga. Todo esto mediante una reciprocidad creada entre los patrones (políticos)-brókeres-

clientes. No se debe olvidar que una esta nueva relación informal, no sólo se sofisticó en lo antes mencionado, sino también en los tipos de clientelismo que pueden encontrarse en la actualidad.

### 1.2.3. Postmoderno

El clientelismo comienza en la segunda mitad del siglo XX<sup>1</sup> aproximadamente, que va de los 1950-1999, a la actualidad. Los cambios dentro de la sociedad, por ejemplo se presentaba el mundo de la información, de la homogeneidad cultural y el individualismo se agudizó, la pertenencia a una asociación ahora se presentaba como libre y sin compromisos duraderos.

Los trabajadores ahora laboran por su cuenta. La división social del trabajo y la especialización ya no son prerrogativa personal: ahora la sociedad es individualista; lo que a su vez puede provocar un retroceso en la racionalidad de los individuos.

La política de este tiempo es el espacio de lo público, vuelve a ser patrimonio privado- de los políticos y los partidos- aunque este espacio se vuelve banal, ya que a la mayoría no le importa. Lo propio de la autoridad es el descrédito por la crisis de legitimidad, dado que un porcentaje considerable no cree en el poder público, ni en la autoridad, ni en la ley. Aunque por otra parte, tampoco se lucha por un cambio. Para los individuos o ciudadanos el utilitarismo es adecuado para su vida; entre menos le cueste mejor.

La cooperación es consumo. La reciprocidad es el medio idóneo para resolver la problemática, lo que conlleva por una parte a lo incierto, porque aunque son amantes de la paz se vive al relativismo, es decir lo que les pase a ellos sólo a ellos les importa y afecta. La verdad es sólo aquella que se logra aplicar y tiene el valor para que funcione.

---

<sup>1</sup> Como en las anteriores etapas en esta tampoco se puede determinar con exactitud el año en que inicia el clientelismo, por lo que se da un aproximado acorde a los estudios de caso encontrados.

Los ciudadanos se sienten autónomos en sus decisiones y su reconocimiento es pasajero. Este cliente sólo las primeras veces participará antes de cansarse o decepcionarse, aunque no se escatima que pueda hacerlo de nuevo. Si bien las campañas políticas y los medios de comunicación influirán y serán la respuesta de la decisión de cada grupo o individuo. Lo que en ocasiones llega a decepcionar y a motivar el abstencionismo.

Dicho esto, el clientelismo se caracterizó, menciona Escobar (1977) por actuar como una alternativa viable frente a la exclusión. Puede verse como una forma para prevenir intervenciones violentas o para distribuir los recursos escasos entre los grupos sociales marginales.

Éste nuevo clientelismo urbano o instrumental, describió Wills (1990), es jerarquizado y mantiene la esperanza de que se convierta en un escape de las presiones sociales. Finalmente el clientelismo mantiene las crisis de la legitimidad e igualdad. Cuenta con masas disponibles a nivel social para cuando requiera de su apoyo con votos.

La incorporación de los individuos al clientelismo puede darles un sentido de identidad política, de pertenencia a una colectividad, ya que crea lazos endógenos, aunque debe agregarse que esta relación se da por dependencia o necesidad. Esta relación en el clientelismo puede dar también una identidad colectiva y espiritual del cuerpo a los ciudadanos que no han desarrollado formas de organización social alternas. Es cooptador y coaccionador, en algunos casos esta para los clientes ya no existe, de los sectores desprotegidos y de desigualdad económica que tiene a éste como única salida viable, así al mismo tiempo los individuos se incorporan con consentimiento en un orden de desfavores. Convirtiéndose en una práctica cotidiana y de mentalidad clientelista (Wills, 1990). Más que estrategia de supervivencia es una estrategia de defensa ante el medio político opresivo y agresivo.

El clientelismo se logra ubicar en las ciudades desarrolladas debido a las características y circunstancias socioeconómicas, desencanto político, falta de respuesta a las demandas, poca

legitimidad, apatía política (Günes- Ayata, 1997) y desafección política, en las que se encuentran la población electoral. Dando paso a la etapa del clientelismo postmoderno, relación que se entabla con amistades instrumentales.

Para la población electoral ya no existe una coacción como tal, sino una reciprocidad de lo intercambiado. Están conscientes de que sólo participarán dentro del círculo cerrado que su *bróker* establezca. Así, el fundamento de lealtad es la reciprocidad con el intermediario producto de su eficiencia, constancia y práctica, en relación con las retribuciones que ellos realizan para mantener su capital electoral durante el periodo de latencia o en periodos electorales, es decir estas dos formas en las que el intermediario usa a su clientela son los dos tiempos en los que el clientelismo se presenta en la vida de los ciudadanos. Debido a sus modificaciones, el capital electoral rompe con la normalidad para convertirse en intemporal, ya que no se sabe cuál será el método que utilizarán los intermediarios, y ni cómo responderá el capital ante tal acción, puesto que nada garantiza la efectividad del voto.

El clientelismo se presenta en dos tensiones: la autonomía individual y la participación en las relaciones clientelares y la igualdad democrática y la desigualdad en el mercado. Perspectiva posmoderna que sugiere que los clientes son sujetos que huyen voluntariamente de las responsabilidades políticas formales. Asimismo, estos clientes poseen información y pueden medir y comprar los beneficios que les ofrezcan (Corrochano, 2002). Motivo por el que se pone en entre dicho su capacidad como cliente o votante de mantener espacios de autonomía; así se mantiene inmersa en redes a cambios de recursos, en un ambiente hostil, de la informalidad y sin una racionalidad clara del cliente. Se establece mediante una relación asimétrica; la cual suma una característica donde la participación del cliente ya no la cree coaccionada, aunque implícitamente se haya convertido en una coacción psicológica.

Trotta (2003) definirá al clientelismo político como un mecanismo de dominación y sujeción política operado por sujetos que provienen del centro del poder político (consenso, lealtades, solidaridades), pero de manera implícita, dando como resultado una pertenencia o membrecía a una comunidad imaginaria, es decir a un grupo cerrado. Los clientes pertenecerán a planes estatales que permiten que los recursos que se ofrecen no conlleven costosas erogaciones para la administración local, esto debido a que se trata de una pertenencia simbólica por los trámites burocráticos. Esta es una relación que de acuerdo a la acepción es condicionada en muchas ocasiones a largo plazo y con prácticas cotidianas; asimismo se da por contacto cara a cara en estructuras decisorias que implican el alcance territorial de la relación clientelar.

Por otra parte y de acuerdo a lo antes mencionado por los diferentes autores las características fijas o centrales y las variables del clientelismo político, las logra plasmar Trotta (2003), ya que estas relaciones al ser complejas deben analizarse según sea el tipo de clientelismo del que se quiere hablar y ubicarlo con sus características específicas.

Las características fijas o centrales para el clientelismo se definen por las prácticas del intercambio (Trotta, 2003: 25):

1. Intercambio de roles entre dos personas de manera jerarquizada.
2. Relación instrumental.
3. El patrón utiliza influencia y recursos para proteger sus clientes.
4. Los clientes ofrecen lealtad, apoyo general y servicios personales a su patrón.
5. Relaciones basadas en la desigualdad.
6. Relaciones cara a cara.
7. Flexibilidad difusa, es decir que no se encuentran bien definidos los términos de la relación.
8. Relación de “reciprocidad”, sostiene el lazo clientelar.
9. Relaciones que son mutuamente benéficas.

Características variables (Trotta, 2003: 25), definidas sociohistóricamente:

1. Base de recursos del patrón.
2. Recursos de la clientela.
3. Balance entre lazos instrumentales o afectivos.
4. Balance entre coerción y voluntarismo.
5. Grado de homogeneidad de los seguidores y la configuración específica de grupos de patrones.
6. Clientes en la vida política.

Siguiendo la idea anterior, Lezcano (2003) propondrá que el clientelismo político como forma institucional es una práctica social y política a través de un intercambio del acceso beneficios a públicos de parte de líderes políticos partidarios por un apoyo o lealtad política por parte de los votantes. Es decir, es una acepción de forma personal, voluntaria –hasta cierto punto- entre quienes detentan el poder político, ya sea desde un partido u organismo estatal a los votantes.

Audelo Cruz (2004) propone que el clientelismo se da en democracias desarrolladas y en democracias en vías de desarrollo, donde la cultura política está en construcción, o como en el caso de México donde es deficiente.

Fenoglio (2007) plantea que el clientelismo político actual es institucional una vez que legitima la negociación del acceso a los derechos como ciudadano. Su particularidad radica en que estas relaciones se entablan entre organizaciones de la sociedad civil inmersas en la pobreza con personas –intermediarios- que hacen uso informal de algunas de las instituciones del estado.

En la medida que se garantiza el secreto del voto y su cómputo incierto, los vínculos clientelares cada vez más se transforman en relaciones informales e impersonales y tienden a envolver a categorías completas de personas en los roles tanto de patrones como de clientes, y el forzamiento se vuelve cada vez más difícil. Asimismo el lado de la oferta está dado por las circunstancias institucionales que pueden inducir a los líderes de los partidos a adoptar el clientelismo como una estrategia para atraer votos, apoyos y activistas a su bando. En otras palabras, se trata del entorno institucional que propicia

la utilización de los bienes públicos. O bien como lo menciona el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2006), estas son prácticas que se apoyan en la construcción de redes y mecanismos para el intercambio del voto por determinados bienes o recompensa material provistos por el gobierno en turno o por la maquinaria partidista, así el condicionamiento pretenderá tener la siguiente forma con el fin de dar efectividad a los objetivos que buscan:

La compra del voto se da a cambio de dinero o recursos en especie... La coacción del voto se da a través del condicionamiento y amenaza para la entrega, retiro o inscripción a los programas sociales... o servicio y obras públicas... así como mediante la firma de documentos y recolección de credenciales en días previos a la elección... afianzando la relación mediante reuniones, asambleas, eventos religiosos, políticos, comunitarios o sociales, así como espacios de entrega de beneficios o de inscripción a programas y visitas domiciliarias para entrar en contacto con el público cuyo comportamiento electoral pretende condicionar(PNUD, 2006; 39).

No olvidando que las condiciones de los ciudadanos que están inmersos en estas relaciones informales son pobres o cuentan con algún grado de marginación. Y las prácticas electorales y la competitividad clientelar logran asociar con mayor posibilidad estas relaciones con el uso de los recursos públicos como son los programas sociales. La racionalidad del cliente será condicionada, aunque será capaz de comparar las ventajas que el intercambio le ofrezca. Asimismo éste renunciará y huirá de su responsabilidad y participación política voluntariamente a cambio de los recursos que pudiera obtener (Schröter, 2009)

A estas ideas del clientelismo político se pueden sumar otros autores que proponen los conceptos de clientelismo a partir de autores que ya se han mencionado. Por ejemplo Wills-Otero, Ana Alicia Delgado, González de la Fuente, Ramírez Cuevas, Acuña Chaverri, Jorge Javier Romero, Edgar Hernández Muñoz. Por otra parte autores que han hecho estudio de caso de México son: Vite (2001), Tosoni (2007), Hevia (2011) y Stokes (2012).

De todo lo anterior podemos inferir que la relación informal de clientelismo político se da a partir de actores que son el patrón-intermediario-patrón y cliente o votante. Y se define como una

relación en periodos de latencia con arreglos jerárquicos, como lazos de control y diferencias de poder y desigualdad. Mediante prácticas selectivas, particularistas y difusas dentro de círculos cerrados y a través de una reciprocidad que ganaran los intermediarios con los clientes por su constancia o cotidianidad de sus visitas hacia los clientes, y que los clientes a su vez cumplan con lo establecido por el intermediario, con el objetivo de mantener una relación de largo plazo. La relación para los clientes ya no será coaccionada sino voluntaria. El intercambio se basará en los simultáneos recursos instrumentales como el uso de recursos públicos- programas sociales. Relación que se caracteriza por entretener lazos dentro de las redes solidarias y la gratitud de aquellos que son beneficiados; y por la particularidad que conlleva cada vínculo político. El intercambio de estos recursos será a cambio del voto, en un sentido negativo o positivo- como más adelante se explicará.

Una vez analizado el clientelismo en sus tres etapas, es importante determinar a qué tipo de relación informal me refiero y cómo ésta cambia de ser una relación de dos a tres actores. La importancia de hacer mención en específico de esta relación clientelista es porque, existen una diversidad de relaciones o captaciones que los ciudadanos entablan con sus semejantes, empero este tipo de relación en algún momento del proceso de desarrollo de los ciudadanos, como la entrada de la modernización, es decir a partir de 1990, hubiera sido extra, sin embargo la informalidad de esta relación ha permitido a los ciudadanos transformados en clientes que puedan obtener bienes o recursos básicos o respuestas a demandas que el Gobierno otorga sin ningún problema. Sin embargo, debido a la crisis que los órganos institucionales han ido presentando, los ciudadanos buscan una solución, y es la incorporación a este tipo de relación informal, la que de alguna manera les resuelve aunque sea por un momento sus necesidades, a través de un intercambio político.

### 1.3. Relaciones clientelares

Se cree que la mayoría de “estas acepciones no existe dependencia, pues ya se superó la etapa de dominación, y ahora los actores comparten valores y orientaciones cognitivas que conceden al intercambio la legitimidad para practicarlo” (Silva; 1994, 167).

Para este tiempo posmoderno, ya no es necesario que el intermediario les mencione el voto, ellos mismos lo dan como agradecimiento de lo recibido. Con base en lo anterior se argumenta que las relaciones clientelares son entre tres actores (patrón-intermediario-cliente) y esta sólo existirá, si existen el uno para el otro, y cada una con sus funciones que le corresponda con el fin de lograr una cooperación mutua. Así el logro de su relación será cuando los tres conformen una acepción de intercambio de favores, bienes y servicios, a través lealtades que tratan de fundamentarse en la reciprocidad o ayuda que logran otorgar. (Cobilt, 2008).

Cabe mencionar las relaciones clientelares, menciona Auyero (1997; 24), “están lejos de constituir una asociación en la que todos los beneficios se los lleve una parte. Por el contrario, las relaciones son un coctel de diferentes formas de interacción social; intercambio, conflicto, dominación. Y se basan en entendimientos y mecanismos más informales y constituyen una esfera de sumisión, un conjunto de ideas de dominación que no se reconoce debido a la existencia del intercambio”. Por esta razón establece las relaciones clientelares como coincidencias con el patrón básico que define las relaciones de dominación, con un sujeto de acción y con el objeto de la misma, es decir, quien hace y a quien le hacen.

Esta relación, para el autor, es la relación social de dominación compleja, es decir cuando requieren de un tercero para su continuación, y cuando requieren de los incentivos materiales necesarios para la relación entre mediador y cliente que viene de un poder específico entre el mediador y el patrón político exterior; y la relación social anclada es decir, aquella que requiere de un

“reconocimiento recíproco entre los actores, presupone la construcción de un marco de conocimiento mutuo que organiza la experiencia de los actores”, como menciona Auyero (1997: 25-26), este es, el lazo por el cual los agentes se reconocen de manera personalizada.

### 1.3.1. Usos conceptuales

Los usos conceptuales que se le han dado a las relaciones clientelares han sido parte de indeterminaciones y malversaciones de los recursos públicos que han hecho que este fenómeno se haya adaptado a la vida cotidiana de cada individuo que carece de recursos socioeconómicos y que se insertan en un grado de marginación; o que por su grado de desafección política que se ha generado por la falta de respuesta pública y de interés de sus demandas por parte del político.

Así como de las transformaciones y desviaciones que el País, Ciudad o Estado han sufrido, a través del tiempo en su forma de gobierno. Lo que ha conllevado a que estas relaciones sean desiguales personalizadas, en un intercambio informal y difuso por la diversidad de clientelismos y las características que presenta cada uno, y las del lugar y su contexto histórico (tradicional, moderno y postmoderno) en donde se desarrollaron.

Aunado a los conflictos de instituciones y su mala regulación que provocan su uso informal mediante intercambios, a través de la manipulación de los partidos y malos usos de los recursos públicos. Cabe mencionar que se pueden manifestar de formas distintas en función del contexto en el que se utilicen.

### 1.3.2. Relaciones diádicas

Las relaciones diadas entre patrón y cliente, comienzan a consolidar su legitimidad a partir del siglo XIX, en una actitud tradicional, como defensa de los intereses y recursos de la comunidad (Buve, 2003: 5). En forma personalizada y particularista, fundamentada en la reciprocidad que es la que valida y da

contenido al contrato que pudiera relacionarse entre familia, matrimonio, compadrazgo, amigos y vecinos. Lo que se expresa en los intercambios de bienes y servicios tangibles donde a largo plazo estos serán complementarios. Y a corto plazo se dará un equilibrio en las contribuciones mediante los bienes y servicios en ambos sentidos y en cantidades casi iguales como respuesta al ritual.

Dentro de la reciprocidad a corto plazo existen contratos dirigidos a una persona específica. En una situación determinada e informal, desigual en contratos asimétricos, con obligación a ser cumplidas. Además, la relación se daba cara a cara e individualmente, en un sistema contractual, que se tornaba compleja, ya que el patrón reunía una asociación, aunque dentro de este el vínculo que los une sea una persona con el fin de conseguir el voto (Miranda, 1976; 24- 25).

Posterior a la entrada del capitalismo, a finales del siglo XIX, las relaciones diádicas se modifican y traslada a las zonas urbanas e institucionalizadas (Buve, 2003; 5), donde se ven coaccionadas por aquellos caciques que quieren llegar al poder y los partidos políticos que ya existen y quieren asegurar y lograr puestos públicos. Motivo por el que el caciquismo se torna más dominante y controlador y, por tanto, coacciona a la población, aunque si bien estos tratan de cubrirlo ofreciendo mayores beneficios.

Así logran manipular los intercambios y generan una reciprocidad que está coaccionada por los servicios y bienes que les otorguen, configurando la apatía política, puesto que son obligados al intercambio. O por sus condiciones socioeconómicas entran en la relación y responder a su patrón quien será el mediador que tenga rol exclusivo de propiciar y mediar el intercambio.

### 1.3.3. Relaciones tríadicas

A mediados del siglo XX comienzan a surgir las acepciones tríadicas la cuales se formaron cuando se juntan dos diadas. Esto es entre patrón/cliente y el cliente/patrón, que al unirse se forma la triada. La

persona clave será el intermediario, el cual se encarga de mantener las relaciones diádicas. Ahora se encargará de vincularse con algún patrón que pueda beneficiar a su cliente. Será la clave porque él es el punto crucial de la relación que conecte el sistema local al todo. Su función consistirá en relacionar a todo aquel individuo que desee mejorar su condición de vida y que carezcan de conexión política.

Por lo mismo, el intermediario cambia de asociación a modelo de comunicación. La diferencia de estos tres actores será el poder que cada uno tenga. (Miranda, 1976; 62), esto quiere decir ya no será una persona con cargo público. Está ahora puede ser apolítica y que sólo busque las recompensas económicas que se otorgan a quienes tengan capital electoral o población electoral a su disposición. Es decir, son la base para que cualquier persona que quiera un cargo político y que necesite votos para obtenerlo. Aunque por otra parte pueden existir intermediarios que si busquen un cargo público y que este sea un medio factible.

Por lo que la relación informal se identifica como atemporal y el contenido de la relación es tangible a través de transacciones instrumentales, con capacidad de adaptación y funcionando como mecanismos de integración (Miranda, 1976: 62).

La relación descansa el principio de confianza, solidaridad, reciprocidad, cuidado, eficacia, constancia, resolución de intercambios materiales y símbolos. Y es provocada por la desafección política voluntaria de aquellas personas que deseen intercambiar su voto o movilización por apoyos y bienes. Por eso su práctica como red se determina por las contingencias de un contexto macrosocial y político y por su capacidad flexible que como agentes pueden transformar, para generar las condiciones que legitiman la dominación política y que la hacen al mismo tiempo duradera (Delgado, 2005; Lezcano, 2003; Trotta 2003).

Una vez entendida la relación informal, lo que sigue es entender dónde y cómo se integra esta relación al ámbito de la política, con la finalidad de comprender por qué la ciudadanía tiende a ser muy

cooptada, dominada y controlada por los que buscan fines políticos. Una respuesta aproximada, dado que el clientelismo busca lugares y circunstancias que permitan a la relación informal establecerse como respuesta a lo que requieren, son características socioeconómicas de la mayoría de la población que se identifica como una mayoría limitada inmersa en un mercado político excluyente, donde tiene que elegir un círculo o grupo que forma un bróker donde le impondrán reglas de intercambio por su voto movilizado.

#### 1.4. Escenarios y formas de organización

Los escenarios donde se logran establecer las relaciones clientelares son producto del mismo camino que ha seguido el clientelismo a través del tiempo y de la desafección y apatía política que la mala forma de acción gubernamental formal ofrece a su población, por lo mismo, esto ha conllevado a que la población electoral se forme en grupos o asociaciones pequeñas informales, que a través de un intermediario logran satisfacer necesidades y apoyos necesario.

##### 1.4.1. Mayorías limitadas

Son aquellos grupos de personas vulneradas por sus condiciones económicas, que se ven limitadas por personas que tienen poder para solucionar aunque sea por un momento sus necesidades básicas, motivo por el que un grupo de personas se transforma en capital electoral bajo el control y condicionamiento de reglas que el intermediario fija.

El perfil que la población electoral o el perfil del votante clientelar, como los llama Aparicio y Corrochano (2005) presentan un nivel económico medio o bajo. La escolaridad es una característica, pues se cree que entre menos escolaridad, mayor susceptibilidad tendrá en caer en este tipo de relación. Sin embargo, en la actualidad no se cree que este sea un factor determinante para la aceptación, ya que

como se ha mencionado la población está consciente e informada de que la relación es jerárquica y que sus intermediarios o patronos sólo obtendrán algún beneficio de este tipo de relación.

Los autores mencionan que la edad también es importante, ya que entre los 35 a 50 años es cuando se da la mayor movilización de la gente, ya que la población más joven se mantiene pasiva ante tal acción. Sea porque están informados y saben de lo que se trata o porque ellos son hasta cierto punto más libres de elegir votar por cierto candidato y los de mayor edad. Debido a su condición física y de salud su movilización es más difícil, aunque muchas veces así también se logra el voto.

En cuanto al sexo, no existe diferencia como tal, sino más bien esta es por la desigualdad que tanto unos como otros presentan, ya sea económicamente o por exclusión racista o hegemónica, estas hacen que la población sea susceptible de entrar en los espacios imaginarios que los convierten en mayorías limitadas, a través de asociaciones colectivas espontaneas, informales o individualmente.

#### 1.4.2. Mercados excluyentes

Es el espacio imaginario creado por grupos de poder para la compra y venta del voto de quien desee cambiarlo por un apoyo o bien necesario. Está condicionado a reglas que el grupo establece. Esto es, las demandas, expectativas que se esperan, intereses y apoyos, son los que abren paso a los círculos que rodean a los mediadores, quienes deciden a quién, cuándo y hasta cuánto se otorgará la ayuda, beneficiando a quienes estén más cercanos o con quienes tenga un compromiso mayor (Hernández, 2008).

Por otra parte estos mercados excluyentes se definen debido a la existencia de empresas, es decir caso los partidos políticos, que excluyen a los individuos a través de particularidades que se determinan en la relación. Esto es en un círculo cerrado o íntimo de seguidores, por lo que la empresa excluye a aquellos que no estén o se rehúsen al juego asimétrico. Esta organización política termina por

ser una empresa excluyente debido a existencia de pluralidad partidaria, ya que entre más exista la pluralidad mayor competencia habrá entre las empresas y, por lo tanto, crearán mercados igualmente excluyentes donde se efectuó la acción de compra y venta de votos por intercambios de bienes y servicios (Schedler, 2004).

Por supuesto el negocio del voto es alimentado por la satisfacción de la demanda de la población electoral. Estos mercados en el Distrito Federal se pueden encontrar en aquellas delegaciones que donde la población excede las dimensiones del territorio, donde la marginalidad se hace presente, los niveles socioeconómicos son altos, donde las respuestas a las demandas no llegan y estas se convierten en desafección política o apatía partidaria. Es en estos lugares y aunado a la pluralidad existente de partidos donde se dan los intercambios o se vende el voto a quien ofrezca más y sea más eficaz con sus beneficios. En suma, los individuos satisfacen sus necesidades por referencia al mercado y al intercambio de bienes y servicios (Miranda, 1976: 56). El “cambio de mercado surge cuando (1) la relación personal entre los socios o clientes son excluidos debido a las diferencias de clase, (2) el aparato de estado aumenta de tamaño en una medida que hace cada vez más difícil para las redes de reciprocidad para cubrir las necesidades individuales, y (3) el tipo de favor cae fuera de la categoría, que se justifica dentro de la ideología de la amistad y la solidaridad familiar” (Lomnitz, s.f: 5)

#### 1.4.3. Círculos cerrados

Refiere al número de personas determinadas por algún intermediario, donde se establece y define el intercambio, según reglas del mismo intermediario. Empero también puede denominarse círculo íntimo, debido a que son los grupos personales (Cobilt, 2008; Abélès, 2001) del intermediario y dentro del cual resuelven los problemas o demandas de su población electoral.

Los círculos cerrados son lazos fuertes o relaciones cotidianas y omnicomprensivas ya que este se acaba cuando uno de los dos incumple con el trato, pero que a su vez determinarán el acceso a los bienes y servicios a intercambiar. Así también la capacidad de cumplimiento por parte de los intermediarios hacia la población electoral será por la posición en la estructura de juego político local (Auyero, 2001; 2002).

Los círculos pueden crearse mediante asociaciones colectivas espontáneas e informales donde su adhesión es voluntaria y flexible y en la cual se pueden ofrecer esperanzas (Günes- Ayata, 1997) a sus demandas y necesidades particulares. Y responden a una cooperación de pequeños grupos que han sido excluidos por los procesos de la sociedad y de instituciones, quienes incluyen y excluyen a otros por sus condiciones (Audelo, 2004).

Lo que permite ha permitido que las relaciones informales pervivan en la vida de los ciudadanos es la presencia de carencias socioeconómicas, las cuales se han determinado mediante grados de marginación, el cual se definirá en el siguiente apartado, establecidos por el Consejo Nacional de Población (CONAPO). Con el trabajo, evolución y sofisticación de los métodos empleados por el *bróker* han logrado entrar en la cotidianidad de la población puesto que entre más grado de marginación tengan, mayores recursos o necesidades tendrán, y por lo tanto será más fácil que el clientelismo político entre a la vida de los ciudadanos y resuelva algunas de las demandas o necesidades que tengan.

### 1.5. Marginación

El clientelismo político tiene auge en aquellos lugares donde las carencias y dificultades de las personas para obtener algún bien necesario es precario. Lo anterior presente en algún grado de marginación, lo que implica que no sólo están en lugares de difícil acceso, sino también presentan falta

de acceso a los bienes vitales, tampoco cuentan con acceso completo a la educación. Con estas condiciones el clientelismo siendo una manera de acepción informal que busca un intercambio recíproco entre las personas para formar parte de su vida, intercambiando algún bien necesario para el cliente a cambio del voto o movilización del ciudadano. Aunque también la acepción puede ser por otras razones, que no impliquen este tipo de características, lo que a su vez cambiará el tipo de clientelismo del que se hable.

Sin embargo, es importante conceptualizar la marginación para comprender más al concepto. Por ello primero diré que la marginación es un concepto que utilizó el Consejo Nacional de Población (CONAPO) para describir una medida para clasificar al país por las carencias que tiene, en otras palabras define a la marginación como:

medida-resumen que permite diferenciar localidades del país según el impacto global de las carencias que padece la población como resultado de la falta de acceso a la educación, la residencia en viviendas inadecuadas y la carencia de bienes. Así, el índice de marginación contribuye a mostrar las disparidades territoriales que existen entre las localidades del país y da cuenta de las relaciones existentes con el nivel de marginación de las entidades federativas y municipios... Fenómeno estructural que se origina en la modalidad, estilo o patrón histórico de desarrollo; ésta se expresa, por un lado, en la dificultad para propagar el progreso técnico en el conjunto de la estructura productiva y en las regiones del país, y por el otro, en la exclusión de grupos sociales del proceso de desarrollo y del disfrute de sus beneficios. Los procesos que modelan la marginación conforman una precaria estructura de oportunidades sociales para los ciudadanos, sus familias y comunidades, y los expone a privaciones, riesgos y vulnerabilidades sociales que a menudo escapan al control personal, familiar y comunitario y cuya reversión requiere el concurso activo de los agentes públicos, privados y sociales (CONAPO, 2011: 10)

Con estas características de marginación presentes en los estados del país, este fenómeno estructural se relacionó con la emigración de personas de origen rural a la zona urbana. Esto como producto de la escases de apoyo y producción del campo, aunado a buscar mejores condiciones de vida. Estas al llegar a la ciudad se ven obligados a establecerse en las periferias de las ciudades causando un problema de respuesta a sus demandas, debido a que entre más lejos estén del centro, menores oportunidades de servicios vitales tendrán. Aunado a que muchas de estas personas cuentan con pocos

estudios y por lo tanto son excluidos de los trabajos mejor pagados. Motivo por el que las oportunidades se reducen y entran en un grado de marginación, pues con sus salarios quedan vulnerables y no pueden sustentar sus necesidades. Por tal motivo, informados y conscientes de su realidad aceptan una relación asimétrica que los beneficiará.

Aunque por otro lado, la marginación también existe en la zona rural donde debido a la ubicación geográfica, en ocasiones, es imposible abastecerse de recursos vitales, lo que conlleva a que estos se agrupen y busquen a alguien que sea la voz de sus demandas. Empero, estos al ver el beneficio que, en muchas ocasiones pueden obtener se corrompen y manipulan a estas personas para que a través de una reciprocidad coaccionada y cotidiana otorguen su voto o movilización a cargo de un beneficio. Cabe resaltar que en la actualidad, en zonas rurales se cree, que aún existen caciques, aunque estos ya han modificado la práctica con el fin de obtener la confianza de aquellas personas que buscan un bien.

Con esto se puede decir que el grado de marginación es el punto crucial de la incorporación de población electoral a este tipo de relaciones clientelares. Es a partir de su adhesión que cubren aunque sea por un momento sus necesidades o bien se incorporan a la sociedad. Y es el uso de recursos públicos en combate a la pobreza, por lo que ayudan a afianzar la relación, ya que estos logran cubrir necesidades. Se establece un intercambio recíproco. Con el tiempo la relación será de confianza imaginaria, ya que esta se puede romper cuando el intermediario incumpla con las reglas que el mismo estableció, y sea constante y eficaz; aunque el cliente en ocasiones al estar inmerso en los mercados de compra y venta de votos puede encontrar mejores satisfacciones que lo alienten a alejarse del grupo en el que se encuentra.

Por otra parte, cabe resaltar que, aunado a esta característica, la desafección y la apatía política que se ha ido generando, no sólo con las personas que presentan un grado de marginación, sino también las que tienen un nivel de vida medio, se unen a relaciones clientelares por estas características Para

ellos al no ver una respuesta, deciden mejor entrar en mercados donde mediante la incorporación a un grupo cerrado lograrán satisfacer alguna necesidad.

Finalmente se puede entender que la marginación es un medio acto para que personas que buscan un intercambio político informal puedan llegar a estas personas y ofrecerles un bien o recurso necesario, no importando que el bien o recurso sea condicionado. Uno de los recursos utilizados por los intermediarios políticos son los programas sociales los cuales son utilizados como un medio coaccionador hacia los ciudadanos. Por esta razón en el último apartado de este capítulo definiré que son los programas sociales y posteriormente en el capítulo III analizaré por que los programas sociales son utilizados en relaciones informales y que es lo que ayuda a estas relaciones que los programas sean condicionados.

#### 1.6. Programas sociales

Con el transcurso del tiempo el clientelismo político ha ido sofisticando los métodos empleados para hacer fuertes sus lazos de intercambio informal, y uno de sus métodos usados para su acepción son los programas sociales: "los cuales son una respuesta organizada como reacción a uno o varios problemas que debe enfrentar una solución, en la sociedad. Y que implica determinar uno o más objetivos, erogar recursos para hacer, e idear las actividades que a largo, mediano y corto plazo han de realizarse para que en el tiempo estipulado se cumplan las metas" (Chapoy, 2003; 122).

Frente a las demandas de todos los ciudadanos el gobierno del Distrito Federal, a través de su secretaría de Desarrollo Social, describe a los programas de la siguiente manera:

Uno de los objetivos fundamentales de la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) es contribuir al desarrollo humano sustentable a través del desarrollo de capacidades básicas de educación, salud, nutrición, alimentación y vivienda que permitan una mayor igualdad de oportunidades, en especial para la población en condiciones de pobreza. El cumplimiento de sus objetivos requiere de políticas públicas que respondan a los complejos y multidimensionales problemas de *pobreza* y

*vulnerabilidad* que impiden el adecuado desarrollo de las capacidades de la población; así como las condiciones regionales y urbanas.

De acuerdo con esta definición más adelante se analizarán los programas sociales, no como el análisis de la política pública, sino desde su capacidad de obtener eficiencia; es decir, del medio empleado para que el programa llegue al ciudadano y este logre su objetivo de responder a los problemas de pobreza y vulnerabilidad. Asimismo los estudios se pueden realizar a escala, es decir de la focalización y el espacio al que se enfoque el estudio de caso, esto es: nacional, estatal-regional.

Para efecto de este estudio de caso el análisis de los programas sociales se hará a nivel local. Cabe mencionar que estos programas pueden ser indeterminados no en su objetividad, sino en la manera de establecer el vínculo de aceptación con los ciudadanos, ya que dentro de la hipótesis que se plantea es probable que formen parte de la eficacia de terceras personas.

Aunque si bien, estos Programas Sociales equívocos, cumplen con el objetivo esperado: llegar a los ciudadanos para que estos sean beneficiados con recursos públicos. Son el “botín que los mediadores que buscan obtener los efectos de mejorar su carrera y hacer política con los recursos del Estado” (Abélès, 200: 19). Es decir, son centrales para el intercambio postmoderno del clientelismo (Hevia, 2009).

Asimismo, es necesario “evaluar críticamente el rol de los intermediarios políticos en la gestión de los programas sociales, diseñando estrategias de transparencia y control que tengan en cuenta los problemas particulares de cada etapa en la gestión de programas sociales para evitar reproducir y fortalecer las prácticas clientelares a través de soluciones simplistas a problemas complejos” (Gruenberg y Pereyra, 2009: 9). El control será a través de las dependencias que se estipulen en la *Ley de Planeación* y el reglamento de cada programa. Y el acceso a ellos no dependerá más que de las reglas que cada programa pueda establecer.

## **Capítulo II.**

### **Demarcación Territorial**

El Distrito Federal o Ciudad de México cuenta con una población de 8, 851, 080 habitantes en 2010, es decir el 7.9% del total del país, y se encuentra dividido en 16 delegaciones que son Iztacalco, Azcapotzalco, Gustavo A. Madero, Venustiano Carranza, Coyoacán, Benito Juárez, Miguel Hidalgo, Cuauhtémoc, Iztapalapa, Álvaro Obregón, La Magdalena Contreras, Tlalpan, Xochimilco, Tláhuac, Cuajimalpa de Morelos y Milpa Alta.

Dentro de estas delegaciones se puede visualizar una división desigual que establecen las condiciones materiales y oportunidades distintas para ser habitante de la capital. Por un extremo, los que tienen ingresos altos y la segregación total, con zonas de proximidad y de pluralidad social; así se crea en el corredor de las zonas del centro, el poniente y el sur de la ciudad, donde coinciden ingresos medios y altos, las colonias con todos los servicios, concentración de infraestructura de educación, salud y espacios públicos. Y en el otro extremo se encuentra un corredor de zonas que pasa también por el centro, el oriente, el norte y se expande hacia la zona metropolitana, donde los bajos ingresos, servicios escasos y de mala calidad, poca infraestructura y de los espacios culturales coinciden.

Esta segregación profundiza la desigualdad y las diferencias, ya que mientras los de mejores recursos se instalan en los lugares de mayor desarrollo urbano y hasta con policías privadas, del otro lado, el de los pobres, se establecen en territorios cercados por la seguridad pública. Esta desintegración política social termina entre territorios y movilidad de los flujos mercantiles, entre lo legal e ilegal. Ahora bien el rezago social del D.F. es muy bajo y ocupa el lugar 31 a nivel nacional; asimismo el grado de marginación es bajo -130 582 y muy bajo - 8720 498, esto es -1.482 de índice de marginación en 2010 según datos del CONAPO.

Estos dos medidores- rezago social y grado de marginación- dan cuenta de las carencias socioeconómicas con las que cuentan las familias de cada delegación, y en general del país. Empero para efectos de mi investigación solo referiré al grado de marginación, ya que es una de las características que los programas sociales, que se analizarán aquí, solicitan para ser beneficiarios el grado de marginación.

## 2.1 Delegación Gustavo A. Madero (GAM)

La delegación GAM es una de las 16 que conforman el Distrito Federal. Se encuentra ubicada en la parte noroeste del mismo. Ocupa una posición estratégica con respecto a varios municipios conurbados del Estado de México: ya que se encuentra atravesando y/o limitada por importantes arterias que conectan la zona central con la zona norte del área metropolitana, tales como son: Insurgentes Norte, que se prolonga hasta la carretera a Pachuca, el Eje 3 Oriente (Avenida Eduardo Molina), el Eje 5 Norte (Calzada San Juan de Aragón); que conecta con la Avenida Hank González o Avenida Central; en la zona poniente de la delegación se ubica la Calzada Vallejo, el Eje Central Lázaro Cárdenas (Avenida de los Cien Metros) y el Anillo Periférico Norte.

Según el INEGI, cuenta en 2010 con 1, 185, 772 habitantes, y es la segunda demarcación más poblada de la entidad, después de la delegación Iztapalapa. La tasa de crecimiento es de -0.40.

Tiene una extensión de 13, 470 km<sup>2</sup>, del cual 7, 470.56 son hectáreas de suelo urbano y el resto de conservación. Colinda con los municipios de Coacalco de Berriozábal, Tlalnepantla de Baz, Ecatepec de Morelos, Nezahualcóyotl y Tultitlan y con las delegaciones Venustiano Carranza, Cuauhtémoc y Azcapotzalco. La zona urbanizada comprende 7,623 manzanas, dividida en 10 subdelegaciones formadas por 177 colonias, de las cuales, 56 son asentamientos irregulares, 534 son

Unidades Habitacionales que por su magnitud se consideran como colonias y 225 son Barrios y Fraccionamientos.

## 2.2. Características socioeconómicas de la delegación Gustavo A. Madero

De la población de la delegación 571, 233 son hombre y 614, 539 mujeres. La edad promedio está entre los 15 a 29 años el cual abarca el 25.2% de la delegación y la edad que le sigue es de 60 a más años; empero la edad media es de 31 años. El 2.15% de 15 años a más es analfabeta. De 6 a 14 años el 2.95% no asiste a la escuela y de 15 años a más con educación básica incompleta abarca el 26.6 % de la población. Por otro lado 30.755 de la población no cuenta con servicio de salud, según datos de la SEDESOL. Por esta razón la delegación crea políticas públicas que ayuden a estas personas a cubrir esta necesidad, sin embargo no se sabe si el recurso otorgado por la delegación es eficiente al beneficiario.

Del total de la población, 218, 131 casas cuentan con jefatura masculina y 977,657 con jefatura femenina. Y dentro de la educación el porcentaje de población de 3 a 5 años que asiste a la escuela es de 60. 5% la edad de 6 y más años a 2010 fue de 1, 072, 114, es decir el 97.1 asiste; de los cuales de 5 años y más que contaban con primaria fueron 283, 836 habitantes; población de 18 y más años con el nivel profesional son 208, 054 y de este mismo rango de edad con posgrado solo existen 13, 673 habitantes, esto da un grado promedio de escolaridad de la población de 15 y más años de 10.2 a nivel local. Es decir más del 90% de la población esta alfabetizada.

Y la población económicamente activa es de 521, 209 habitantes; mientras que la población ocupada es de 492, 630; y la población desocupada es de 28, 579. Menos del 50% de la población trabaja. Lo que en un análisis general podría decir que la pobreza de esta población se acrecienta no

sólo por las carencias del lugar donde se ubican las colonias más pobres sino porque los salarios son bajos.

### 2.3. Nivel de desarrollo urbano y social

De acuerdo con las características socioeconómicas del territorio de la delegación GAM el índice de desarrollo social (SIDESOL, 2011) tiene un valor de 0.80023, en un estrato de 3 grados y medio determinado por las carencias o posibilidades; de acuerdo con esto en el mapa se muestra el nivel de desarrollo de cada una de las colonias de la delegación:

Mapa1. Índice de desarrollo Social



Niveles de Marginación:



Fuente: Sistema de Información del Desarrollo Social del Distrito Federal, SIDESO DF, 2010

Cabe mencionar que este mapa muestra resultados del índice de desarrollo social a partir del censo de población de 2005. Sin embargo, los resultados del índice de desarrollo social en 2010 muestran poca variación, debe decirse que existe un listado de los resultados con el número de población y grado de desarrollo. Sin embargo muestra ambigüedades al hacer la suma total de la población, es por ello que sólo se ha tomado este mapa como representativo de todas las colonias de la delegación. En él se muestran diversos colores que dan cuenta del grado de desarrollo social, desde el más alto al muy bajo.

Por otra parte, el índice de marginación es de  $-1.81650$  grado muy bajo. Este índice, a diferencia del índice de desarrollo que muestra el mejoramiento de la calidad de vida y que cada familia llegue a un nivel de vida más alto, muestra las carencias que padece la población a consecuencia de la falta de acceso a los bienes básicos, como se muestra en el mapa.

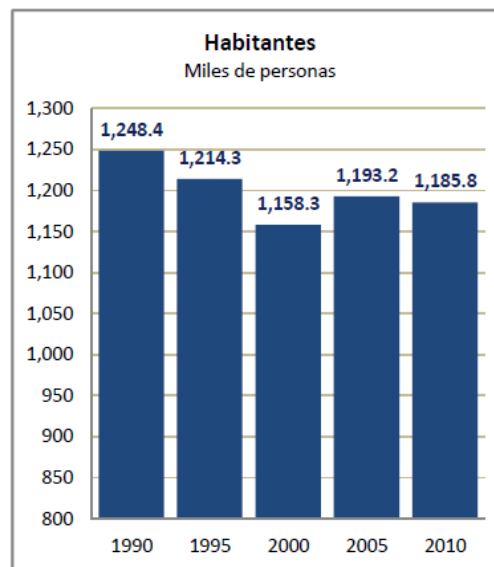
Este mapa representa cada una de las colonias y el grado de marginación que tienen, a través de una color que va del grado muy alto con el color rojo, al muy bajo con el color azul. Como puede verse, en el primer y segundo mapa la ubicación del índice de desarrollo muy bajo y el nivel de marginación muy alto se ubican al norte de la delegación y toda la parte noreste que colinda con el Estado de México, según la evaluación hecha por el Gobierno del Distrito Federal, de 2005 a 2010 33 de las colonias mejoraron su grado de marginación, otras se mantuvieron y solo una colonia cambio de ser grado medio a bajo. Por el otro extremo el grado es de medio a muy bajo.

De acuerdo con los resultados el índice de rezago social  $-1.55846$  y el grado de rezago social – muy bajo (SEDESOL, 2010). Por lo que su grado de desarrollo urbano es medio, ya que no se encuentra en los primeros lugares de las delegaciones del DF, a pesar de las deficiencias y carencias

que la población pueda tener y las respuestas que el gobierno implementa a partir de programas sociales que buscan el mejoramiento y reducción de sus carencias básicas.

Esta variación, según los datos censales, muestra un proceso de despoblamiento dentro de la delegación. Como se muestra en la gráfica desde 1990 -2005 la población iba creciendo, y a partir de 2010 es cuando comienza este proceso, causado probablemente por la migración de la población a otros lugares en busca de mejores condiciones de vida. O por que los esfuerzos en materia de construcción de vivienda propia o en renta y de reciclamiento de inmuebles de uso habitacional, de seguridad social, economía, es decir recursos básicos, han sido insuficientes para revertir esta tendencia.

Grafica1. Habitantes



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) de 2010

#### 2.4. Escenario electoral

La elección del Jefe Delegacional de la GAM, en principio, es decir de 1997 hasta antes del 2000 recaía en el Jefe de Gobierno. Empero, en 2000 se hizo una reforma para que la elección fuera mediante el

voto popular, sus atribuciones son similares a los de los municipios y de acuerdo con lo que estipula el *Estatuto de Gobierno del Distrito Federal* y la *Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal*, su mandato es de tres años de duración.

Por otra parte, a pesar de la existencia de pluralidad partidaria en la delegación, los votantes se inclinaron por un gobierno de izquierda, desde 2000 a la actualidad. Para candidatos del PRD esta demarcación es el principal bastión de la izquierda. Por lo que el escenario de esta demarcación parte de las preferencias electorales con tendencias al partido de Izquierda, y los partidos con los que hace coalición.

Los principales actores son:

☞ La institución o autoridad electoral que funge como mediador para efecto de las elecciones locales- diputados a la Asamblea Legislativa, Jefes Delegacionales y Jefe de Gobierno-y los procedimientos de participación ciudadana en el Distrito Federal. En este caso el Instituto Electoral del Distrito Federal, el cual es un organismo público autónomo apegado a los principios rectores de la función estatal electoral, por su capacidad de interlocución con los actores políticos y sociales y por su conocimiento en materia electoral.

Se encarga de organizar las elecciones y procedimientos de participación ciudadana en el Distrito Federal con el objetivo de vigilar el cumplimiento de la normatividad en materia de financiamiento y con ello dar transparencia a los resultados.

☞ El Partido de la Revolución Democrática y los partidos que han hecho coalición. Partidos de izquierda teniendo como objetivos y prioridad el progresismo y la igualdad social en esta demarcación según los resultados que han sido obtenidos a lo largo de estos 5 periodos de gobierno se han mantenido y esto puede ser resultado de diversos factores tales como la

alternancia política, el agotamiento de la hegemonía política, eficiencias en los resultados de gobierno, prácticas políticas, etc.

- ☞ Los votantes, es decir toda aquella persona que cumple con los requisitos constitucionales para ejercer su voto “libre y secreto”, empero siendo una delegación que ocupa el segundo lugar con mayor población y que presenta altos índices de marginación y bajos niveles de desarrollo se ven inmersos en relaciones informales que los ponen presos de su decisión a la hora de votar debido a la carencia de sus necesidades básicas.

Las discrepancias entre los resultados y las relaciones que se exhiben de manera explícita a los ojos de los ciudadanos, e implícitas a los ojos de las autoridades, vuelven compleja la decisión de votar y entrar en relaciones informales. Aunque para esta delegación los resultados han sido determinantes para su permanencia. Si bien los resultados dudosos imperan la incertidumbre de la victoria del PRD, siempre es inminente frente a los demás partidos, por lo menos para esta delegación. Por lo que la competitividad de este partido es alta y la volatilidad es baja en términos de resultados, ya que el nivel de participación de periodo a periodo tiende a ser volátil.

## 2.5. Comportamiento electoral

Los procesos electorales sobre Jefe Delegacional a partir del 2000 en la delegación Gustavo A. Madero han mantenido una constante en la elección del partido. La pluralidad de partidos prevalece, sin embargo para esta delegación la inclinación de las preferencias siempre han estado en el Partido de la Revolución Democrática. Empero esta pluralidad trajo consigo otras formas de acepción más compleja que posibilitaron la eficacia del voto hacia los partidos y las respuestas a las demandas y soluciones de los problemas de la población. Aunado a las circunstancias del contexto electoral de la tabla que muestra la evolución de la votación desde que se dieron por primera vez – 2000- hasta el periodo 2009

Tabla. 1 Participación Electoral para Jefe Delegacional

<b>Año</b>	<b>Padrón electoral</b>	<b>Lista Nominal</b>	<b>Votación total</b>	<b>Porcentaje de participación</b>
<b>2000</b>	965663	952190	657741	69.08
<b>2003</b>	1017327	1007145	431740	42.87
<b>2006</b>	1044695	1038865	685005	65.4
<b>2009</b>	1054559	1050659	422925	40.05

Fuente: Elaboración propia de acuerdo con los datos del IEDF de 2009

En ella se puede mostrar que la votación para el 2000 tuvo gran aceptación, toda vez que contó con más del 60 % del padrón electoral. Sin embargo, para el año siguiente -2003- la participación política de los ciudadanos disminuyó, cayendo al 42.87 % de la participación. Esto pudo ser producto del contexto electoral que se llevó a cabo en 2000, es decir no con las elecciones de Jefe Delegacional sino con la elección Presidencial. Por lo que se puede creer que debido a esto la credibilidad de los resultados influyó; y por consiguiente quedó a un lado para los ciudadanos el hecho de que su participación política pudiera influir en las decisiones y estructura de poder del sistema político. Es decir, en las pretensiones de incidir en la toma de decisiones que constituyen el orden de la política y de las políticas, a través de los representantes que ellos pudieran elegir mediante su voto.

Posteriormente en las elecciones de 2006 pareciera ser que llega una nueva etapa de credibilidad a las elecciones y sus candidatos, ya que el nivel de participación vuelve a pasar a más del 50% del padrón electoral, es decir al 65.4%. No obstante, para el 2009 la participación cae un poco más que en 2003. Aunque, esta credibilidad puede ser por el periodo de elección Presidencial el cual aumenta la participación, como en el año 2000. Con esto podemos decir que cada elección presidencial funge como determinante en los resultados de las próximas elecciones locales, ya que como se ve en la tabla mencionada, en los años 2000 y 2006 el nivel de participación política aumenta a más del 60 %; y para las elecciones intermedias estas cayeron a poco más del 40% de la participación. Para el caso de esta

delegación GAM desde la primera votación siempre ha sido ganada por el Partido de la Revolución Democrática (PRD)

Los problemas que han ido surgiendo en cada elección y de acuerdo a lo que se mostró en la tabla anterior que los ciudadanos no crean en otras elecciones que no sea la elección Presidencial ya que como se dijo es en esa elección donde hay más votantes. Aunque parezca contradictorio en cada elección los ciudadanos creen que los resultados serán aceptables para toda la población votante. Aunque por otra parte puede que existan razones externas o ajenas a la elección del votante para asistir a las urnas. O existe una combinación de varias razones por las que el individuo, presa de sus circunstancias socioeconómicas, está obligado a votar, en ocasiones ajeno a él. Es decir que no simpatiza con él, sin embargo se ve obligado a votar por él. En cuanto a la lista nominal y el padrón electoral no existe variación significativa, en los últimos periodos de elecciones.

En general las elecciones para Jefe Delegacional así funcionan. Pero, ahora analicemos cómo se da este comportamiento en un solo periodo 2009 y – para llevar un control – en cada uno de los seis distritos que componen la delegación GAM.

De manera particular, en la siguiente tabla se aprecia que el distrito I es donde existe menor participación de los ciudadanos con 35%. Lo que equivale a 74, 202 votos. Asimismo esta zona geográfica cuenta con un grado de marginación muy alto. Es la zona ubicada al norte de la delegación con mayor apatía y con mayores carencias de bienes y servicios básicos. Paradójicamente ocupa el primer lugar en cuanto al total de ciudadanos con derecho a votar en elecciones, con 211, 491 ciudadanos.

Mientras que el distrito con mayor participación de votantes es el II, con 44.27%, es decir 171, 230 electores y con un grado de marginación de medio a bajo, ubicado al noroeste de la delegación.

Y el distrito VI que cuenta con menor participación y se ubica al sur de la delegación, colindando con las delegaciones Azcapotzalco y Cuauhtémoc, con un grado de marginación de medio y muy bajo.

Tabla2. Votación en los distritos de la delegación

Distrito	Total de población	Votación total	Participación	Abstención
I	<b>211491</b>	74, 202	<b>35%</b>	65. 17%
11	171230	77, 264	44.27%	55.27%
IV	172055	67, 517	38.72%	61.28%
VI	150429	60, 190	39.64%	60.36%
VII	156336	68, 078	42.59%	57.41%
VIII	174658	75, 674	42.50%	57.50%
<b>Total</b>	<b>1,036, 199</b>	<b>422925</b>	<b>40.25%%</b>	<b>59.75%</b>

Fuente: Elaboración propia, con resultados del Instituto Electoral del Distrito Federal de 2009

Por otra parte, el abstencionismo sigue siendo un factor determinante en el proceso de las elecciones, ya que en todos los distritos no se supera más del 60% de la votación, su presencia puede ser causada por diversos aspectos o circunstancias que impiden el buen desarrollo de las votaciones, sumando a ello el contexto electoral y la coyuntura misma. Producto de resultados ambiguos y complejas relaciones que se establecen entre los ciudadanos los obliga a alguna movilización o los lleva a una desafección política, causando apatía política y, por consiguiente, que los resultados sean menos verídicos, no solo por lo que ya se mencionó sino porque al existir personas apáticas esto promueve el abstencionismo.

Las razones para no votar pueden ser diversas, entre ellas pueden estar malos resultados que obtuvieron del periodo anterior – que no haya respondido a sus demandas- y por lo tanto les genere incertidumbre para votar el siguiente periodo; que los partidos opositores a su preferencia en cierto periodo electoral les hayan ofrecido mejores propuestas; que el ambiente político en general, como

sucedió en 2006 en la elección para Presidente de la Republica, se haya llenado de incertidumbre y ambigüedad en cuanto a los resultados y por consiguiente para muchos de los ciudadanos este sea un detonante para su elección a representantes en los periodos electorales posteriores. Sumando a esto que hay casillas que se ubican lejos de los votantes.

Muchas razones pueden existir en la influencia del voto que determinen el resultado. Sin embargo esto al parecer está creando cada vez más un ambiente de competencia a la hora de una elección y con ello baja credibilidad de los partidos. Esto porque si analizamos el periodo posterior a esta elección podemos darnos cuenta de que la participación disminuyó considerablemente, y esto puede ser consecuencia de las demandas y de las circunstancias de las elecciones anteriores a la elección de 2009.

La influencia que ejercen las relaciones informales – clientelismo- son importantes puesto que con ellas se pueden movilizar a la población ya sea para votar o no votar por cierto partido, pero esta población votante puede ser o no de la delegación; para que en las siguientes votaciones los votantes sean seguros – pueden estar o no coaccionados- etc.

Por otra parte precisando la participación el grupo de edades que menos participa es de 60-40 años en todos los distritos, y quienes menos participan es el grupo de edad de 20-24 años en el distrito I y en el grupo de 25-29 años en el resto de los distrito. Como se muestra en la tabla3.

Tabla 3. Porcentaje de participación de la población por grupo de edad

Edad	Distritos					
	I	II	IV	VI	VII	VIII
18-19	32.38%	44.65%	37.73%	39.96%	43.56%	42.47%
20-24	<b>24.02%</b>	34.71%	28.81%	30.48%	33.40%	32.35%
25-29	24.82%	<b>33.30%</b>	<b>26.90%</b>	<b>27.77%</b>	<b>31.45%</b>	<b>30.81%</b>
30-34	28.33%	34.64%	29.71%	31.58%	33.94%	33.05%
35-39	32.55%	38.35%	34.56%	36.03%	36.95%	37.24%

<b>40-44</b>	37.31%	43.39%	39.40%	40.38%	41.87%	41.93%
<b>45-49</b>	41.11%	48.27%	43.69%	44.26%	46.54%	46.36%
<b>50-54</b>	45.83%	52.19%	47.59%	48.26%	50.30%	49.91%
<b>55-59</b>	48.29%	55.45%	51.95%	52.00%	53.19%	53.57%
<b>60- 64</b>	53.35%	57.62%	54.28%	56.07%	55.87%	57.92%
<b>65 años y más</b>	46.21%	49.48%	47.30%	49.06%	46.42%	51.21%

Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Electoral del Distrito Federal de la Participación de los ciudadanos en la elección de 2009, en la delegación Gustavo A. Madero.

La importancia de esta tabla esta en identificar a los grupos con mayor y menor participación dentro de los distritos, así como los distritos donde se ubican, con el objetivo de poder contrastar el acceso y beneficiarios de programas sociales en el capítulo IV.

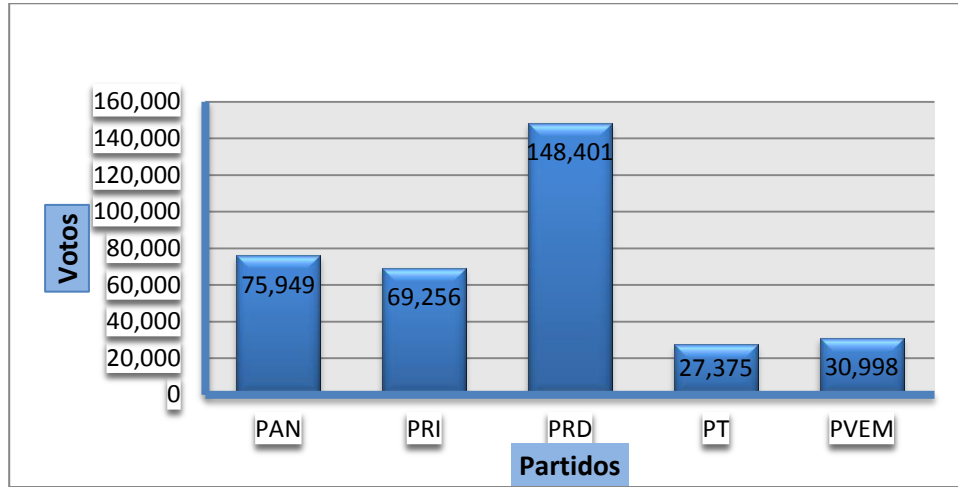
#### Preferencias- Resultados

El proceso de campaña se determina por la estrategia de convencimiento que utiliza cada partido, estrategia en la que llegan a intervenir relaciones informales; los resultados del periodo anterior- para efectos de esta delegación- fueron aceptables a simple vista, debido a que la población volvió a votar por el mismo partido. Lo que se podría decir que confían en su buen desempeño para el siguiente periodo, aunque queda la incertidumbre si es por esta razón o porque existen acepciones que se encargan de afianzar la relación entre el votante y el político y con ello lograr llegar al poder.

Esta delegación ha dado muestra indudable de su elección de alternancia hacia el partido PRD, en la elección para Jefe Delegacional. Es necesario recordar que las votaciones para esta elección en la ciudadanía son nuevas, y cuando se menciona alternancia refiero a que esta pudo ser producto de las elecciones y hegemonía política que ejerció el PRI durante tanto tiempo, y puede ser por ello que se haya presentado este cambios y reflejado en estas votaciones, como se muestra en la siguiente gráfica.

Sin embargo, el abstencionismo crece cada vez más y la credibilidad de los partidos tiende más al fracaso.

Gráfica1. Preferencias electorales



Fuente: Elaboración propia, con datos del IEDF, de las elecciones de 2009 para Jefe Delegacional

Los resultados favorecen al PRD con 148, 401 votos, seguido del PAN con 75,949 y el PRI con 69, 256 votos. Parece que los votantes se identifican con este partido. Sus causas pueden ser diversas. Los resultados muestran un alto grado de abstencionismo, lo que puede ser causa de que para los ciudadanos los resultados sean inciertos, ambiguos y hasta fraudulentos. Sumado a ello las campañas negras que se juegan entre los partidos o candidatos tienen un papel importante para generar, en ocasiones, apatía política o desconfianza por sus partidos simpatizantes; o generar confianza en otros partidos, todo esto regularmente a través de la televisión que es medio de comunicación que influye mucho en los ciudadanos. Aunado a las relaciones informales que se hacen más explícitas a los ojos de cada ciudadano e implícitas a las instituciones.

Por ello el voto y permanencia de los votantes en el partido se da a partir de la confianza y habilidad de los que están en la campaña de los partidos para que gane su candidato

De estos resultados no se debe olvidar la movilización de capital electoral. En virtud de este contexto y coyuntura de las elecciones sería importante hacer una desagregación de la población, es decir analizar si toda la población que voto es de la delegación GAM o forma parte del capital electoral que muchas acepciones informales integran con las personas de otros lugares para poder beneficiar a un partido, a través de la movilización de gente a cambio de algún favor o beneficio.

Resultado que para los ciudadanos proviene del entramado institucional que ha buscado preservar privilegios y que ha operado en un entorno caracterizado por la desigualdad, el desarrollo y la ampliación desmedida de las élites políticas, que refuerzan, mantienen y legitiman las prácticas de desigualdad y privilegios, es decir de su cultura política asistencial; se asocia con sus afinidades electivas con la disposición a mantener actitudes favorables hacia las prácticas asistenciales desde el poder y contrarias a la participación cívica, lo que en ocasiones puede preservar al fenómeno clientelismo (Moreno: 2003). Y de la desconfianza, menciona Rosavanllon (2007), que viene sujeta de los poderes de control a través de la vigilancia, la denuncia y la calificación; las formas de obstrucción o poderes de sanción; la puesta a prueba a través de un juicio o pueblo-juez. Es decir una contrademocracia- forma de democracia de los poderes en el cuerpo social. O en otra palabras los resultados de la elección sería parte de una democracia de la desconfianza organizada frente a la democracia de la legitimidad electoral conformando así un sistema en las instituciones democráticas, porque si bien el proceso democrático imprime un nuevo orden de gobernar en las sociedades, el abuso y el exceso de los tres acrecientan las reacciones en la desconfianza.

Aunque por otra parte la corresponsabilidad es un elemento fundamental para el avance de las políticas sociales. No sólo permite generar cambios en las comunidades más vulnerables, sino que además hace posible contar con una población comprometida con la gestión de su desarrollo.

### Capítulo III

#### Delegación Gustavo A. Madero y Programas sociales 2009-2012

Una vez analizados el concepto de clientelismo y haber caracterizado a la delegación Gustavo A Madero que será el estudio de caso, me propongo analizar las características de los programas sociales, así como también identificar las acciones de gobierno para identificar si los programas sociales de la GAM se constituyen con arreglo a fines electorales.

Así, comenzaré por decir que de acuerdo con los objetivos propuestos por la Delegación en su proyecto delegacional mencionan que uno de sus propósitos es salvaguardar la integridad de sus habitantes y mejorar sus condiciones de vida. Para el caso de la Delegación GAM se busca, a nivel general, que los niveles de bienestar y calidad de vida sean equitativos tanto para hombres como para mujeres, ya que en esta Delegación la mayoría de sus habitantes se encuentran en situaciones de vulnerabilidad y marginación. Por ello, el jefe delegacional en coordinación con su equipo de trabajo cada vez que inicia su mandato debe elaborar un plan o proyecto de trabajo en el que se implementen programas dirigidos a los sectores vulnerables, es decir con altos índices de marginación, como primer prioridad; así como de asistencia médica; apoyo para mejoramiento social y económico de sus habitantes; y creación y reconstrucción de espacios de recreación.

De acuerdo con comunicados de la misma Delegación (GAM<sub>a</sub>, 2012) la implementación de estos programas se hacen de acuerdo a previos estudios y resultados de programas de la administración anterior. Posteriormente la Delegación va implementando programas de corto, mediano y largo plazo según lo estipule cada programa o resultados. Algunos indicadores que se tomarán en cuenta son la vivienda, la economía, la educación y el total de población de cada área determinada. Con ellos se logra establecer el grado de vulnerabilidad y marginación. Los programas sociales como políticas públicas;

escribe la Doctora Chapoy (2003) son un conjunto de acciones, estructuras en modo intencional y causal, que se orienta a realizar objetivos considerados de valor para la sociedad o a resolver problemas cuya solución es considerada de interés o beneficio público; la institucionalidad y causalidad de estas acciones han sido definidas por la interlocución que ha tenido lugar entre el gobierno y los sectores de la ciudadanía; y que a su vez son ejecutadas por actores gubernamentales o por éstos en asociación con actores sociales (económicos y civiles); y dan origen o forman un patrón de comportamiento del gobierno y la sociedad.

Dichas políticas públicas son implementadas por el gobierno local, en este caso la delegación Gustavo A Madero como respuesta a las demandas sociales que se van presentando.

Por ello quienes tienen atribuciones para la elaboración de dichos programas a nivel general, de acuerdo al artículo 5, de la Ley de Planeación del desarrollo del Distrito Federal (2009), “la Asamblea, el Jefe de Gobierno, los jefes Delegacionales y los titulares de las dependencias, de los órganos desconcentrados y de los órganos de gobierno en las entidades”, cada uno con sus respectivas atribuciones. De acuerdo con esto elaboran programas con base en siete ejes: derecho a la alimentación, apoyo al ingreso familiar, construyendo democracia participativa, igualdad y diversidad social, asistencia social con perspectiva de derechos, derecho social emblemático, es decir, atención integral a los adultos mayores de 68 años y jóvenes en impulso- cada uno enfocado a diversos sectores de la población y con diferentes indicadores.

Para la protección de los programas existe el *Programa de Blindaje Electoral* del gobierno federal en coordinación con la *Comisión Intersectorial de Transparencia y Combate a la Corrupción (CITCC)*; las acciones de la *Unidad del Abogado General y Comisión de la transparencia (UAGGT)*; y la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL). Buscan terminar y prevenir los comportamientos inadecuados de los funcionarios que manejan recursos u operan programas sociales durante proceso

electorales. La normativa para efectos de los programas sociales en el presupuesto está en la *Ley de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, Presupuesto de Egresos de la Federación*; para la transparencia está la *Ley de Acceso a la Información Pública*; y en lo social está la *Ley General de Desarrollo Social, Ley de Fomento a las Actividades de las Organizaciones de la Sociedad Civil* (Gómez- Álvarez, 2009: 21-22).

Aunque para esta investigación estas leyes y normas no serán necesarias, es pertinente hacer mención de su existencia, debido a que a pesar de su presencia escrita, en la realidad su aplicación es nula. Esto puede ser por diversos factores que impiden su práctica; ya sea por la malversación de los recursos o por la corrupción. Empero, en esta investigación se pretende analizar los medios empleados para que el programa llegue al ciudadano y este logre su objetivo de responder a los problemas de pobreza, vulnerabilidad o mejoramiento de su calidad de vida de los habitantes.

Por otra parte, los programas sociales que serán tomados para el estudio de caso serán aquellos que son más susceptibles a usos informales en la población de la delegación GAM. Es decir, aquellos programas que están dirigidos a personas con discapacidad e índice de marginación (mujeres, madres solteras, jefas de familia, infantes, niños, personas de la tercera edad y discapacitados). Estos programas al ser susceptibles se pueden prestar a la manipulación político-electoral informal, lo que no sólo condiciona a la población a mejorar su calidad de vida aunque sea por un momento, sino también su voto o movilización posteriormente.

Existen otros programas que se cree pueden ser menos susceptibles ya que están dirigidos a la población en general, estos pueden ser de recreación, así como también están dirigidos a la reconstrucción de infraestructura y mejoramiento del espacio público y las escuelas.

### 3.1 Descripción de los programas sociales

Los programas sociales a nivel delegacional son elaborados, según se menciona la *Ley de Planeación del desarrollo del Distrito Federal* (2009) en el artículo 28 “directrices generales del desarrollo social, económico y de ordenamiento territoriales” puesto que son y han sido fundamentales para el inicio del programa delegacional que cada Jefe de Delegación emprende, ya que estos forman la base de su gobierno, pues a través de ellos se comprometen en campaña tomando en consideración los indicadores más vulnerables. Así también tienen la capacidad de promover programas claves para su demarcación, esto mediante el procedimiento que establezca la *Ley de Planeación del desarrollo del Distrito Federal*, (2009: artículo 29)

Por otra parte, y según lo dispuesto en la *Ley de Planeación del desarrollo del Distrito Federal* (2009) en el artículo 30 se estipula que

la formulación del programa delegacional deberán evaluarse y considerarse las proyecciones y previsiones de largo plazo del programa delegacional anterior, así como el impacto de la ejecución de acciones y el logro de objetivos y metas de la planeación del desarrollo de la demarcación territorial, para que, en su caso, se motiven debidamente las modificaciones que se tuvieran que realizar.

De acuerdo con esto, las áreas donde se implementaron los programas sociales en la delegación GAM en el periodo 2009-2012 fueron:

- ☞ gobierno,
- ☞ participación ciudadana,
- ☞ evaluación,
- ☞ educación,
- ☞ salud,
- ☞ vivienda,
- ☞ familia,
- ☞ protección social,

- ☞ deporte,
- ☞ protección civil,
- ☞ seguridad pública,
- ☞ actividades productivas,
- ☞ vinculación empresarial,
- ☞ empleo y capacitación para el trabajo,
- ☞ cultura,
- ☞ gestión del agua potable, drenaje y aguas negras,
- ☞ recolección de residuos sólidos,
- ☞ medio ambiente,
- ☞ desarrollo urbano,
- ☞ espacios públicos,
- ☞ infraestructura vial y transporte público.

Análogamente también existen los programas parciales, los cuales de acuerdo con la *Ley de Planeación del desarrollo del Distrito Federal* (2009) en el artículo 38 “derivan de las estrategias establecidas en los programas delegacionales y serán aplicables en zonas específicas que requieran un tratamiento especial por sus características económicas, sociales o territoriales... y su vigencia y revisión serán determinadas por los propios programas”. Con base en ello se implementaron los siguientes programas parciales:

- ✓ HaGAMos seguro el regreso a clases
- ✓ SiGAMos con la salud

Estos programas ya no sólo van dirigidos a la pobreza que sufren los ciudadanos, sino también al mejoramiento de la calidad de vida en ámbitos de la salud, empleo e infraestructura, entre otros. En la actualidad estos programas se han ido focalizando con la finalidad de abarcar otros sectores de la

población como las personas de la tercera edad, las mujeres (madres solteras y jefas de familia) y niños, incentivos a niños con buen promedio, uniformes, etc. Es decir, existen innumerables programas a lo largo de la Delegación, estos pueden ser institucionales y propios de la Delegación. Sin embargo para este trabajo sólo se utilizarán los programas otorgados por la delegación a residentes de la misma, pues con ello se pretende dar cuenta de la incertidumbre que tienen los ciudadanos al recibir el programa y de la eficiencia de la Delegación al otorgar el apoyo.

Esta acepción pareciera ser algo confusa, ya que se cree que entre ellos (programa-ciudadano) existe un intermediario y no precisamente los representantes de las colonias quienes deben encargarse de la gestión de estos programas sociales para la ayuda de su colonia – de los cuales más adelante se hablará, sino de intermediarios informales que forman parte de relaciones de clientela política y que se sirven de los programas como apoyo para entablar una relación patrón-cliente. La acepción puede bien llevarse a cabo debido a que se cree no existe mucha difusión de los programas existentes y por lo tanto la población no está enterada de su existencia; aunque por otro lado quitar al intermediario sería negativo para los programas pues estos no serían divulgados ni vinculados a la población, debido a la falta de información de la población y a la poca eficiencia de los comités ciudadanos. Por eso se cree que los programas forman parte de mecanismos indirectos de manipulación política- electoral (Miranda, 1976; 108).

### 3.2. Objetivo

En términos generales, el objetivo de los programas sociales debe cumplir características como:

- ⌘ Identificación de la población objetivo, esta será un subconjunto de la población potencial que el programa podría atender considerando las limitaciones financieras e institucionales

existentes; con el propósito de que la población objetivo iguale sus necesidades con la demás población.

- ⌘ Especificación de metas de cobertura, estas se establecerán en la Gaceta Oficial del Distrito Federal anualmente, en él se definirá la población objetivo a partir de un subconjunto bien definido de localidades y características que sean población potencial para el programa, tomando en consideración los resultados de la administración anterior, si llegan a existir. Por consiguiente la población objetivo pretenderá alcanzar las metas establecidas.

Con ello también, de acuerdo con el Programa Sectorial de Desarrollo Social (2007-2012), el objetivo de cada programa se enfocará en mejorar la calidad de vida en las ciudades, con el fin de erradicar la pobreza y marginación a través de:

[El] mejoramiento de la infraestructura básica y el equipamiento de las zonas marginadas con alta concentración de pobreza, con la entrega de servicios sociales y acciones de desarrollo comunitario. Se buscará mejorar tanto el tejido social como el entorno físico de los asentamientos urbanos en situación de pobreza...promoción de la equidad de género y las acciones que contribuyan a la prevención de la violencia en todas sus formas, la atención de sus víctimas y de grupos vulnerables, así como al establecimiento de comunidades seguras... mejoramiento de las condiciones de vivienda y las acciones que contribuyan a la prevención de la violencia en todas sus formas, la atención de grupos vulnerables, la atención de sus víctimas... impulso del desarrollo regional...etc (SEDESOL, 2007).

En síntesis, cada programa debe dar el apoyo o ayuda que se otorgue al ciudadano que lo necesite con el fin de mejorar calidad de vida. Por ello y de acuerdo con el estudio de caso propuesto en esta investigación, en el cuadro se describe el objetivo particular de cada programa social- refiriendo solo aquellos que benefician a los grupos vulnerables y con cierto nivel de marginación, es decir el sector de adultos mayores, personas con discapacidad, jóvenes, infantes, niños y mujeres (madres solteras y jefas de familia) implementado en la delegación- que se analizarán para el caso de estudio.

Cuadro3. Programas Sociales

Programa	Objetivo	Población
Apoyo alimentario	Otorgar apoyo económico, todos en condiciones de pobreza y marginación, a través de una tarjeta electrónica, para la compra de productos de la canasta básica en apoyo a su economía.	Adultos Mayores de 60 a 69 años, Madres solteras con hijos entre 0 y 5 años y Madres Jefas de familia con hijos hasta 12 años, personas con discapacidad.
Hagamos juntos la despensa	Apoyo económico a grupos vulnerables	Madres jefas de familia, adultos mayores y personas con discapacidad
TenGAMos calidad de vida	Lograr mayores niveles de salud con equidad en la población en condiciones de marginación, pero sobre todo en aquellos sectores que conforman los grupos vulnerables	Grupos vulnerables

Fuente: Cuadro de elaboración propia con datos de la delegación GAM de su página oficial <http://www.gamadero.df.gob.mx/new/>

De acuerdo a este cuadro, se puede inferir que la mayoría de los programas sociales están dirigidos a los niños y niñas y adolescentes que por causas económicas y de vulnerabilidad desertan de la escuela y con estos programas se pretende apoyarlos y evitar la deserción, así como también mejorar su condición de vida. Igualmente se otorgan apoyo económico como ayuda e incentivos a los más destacados por su nivel académico o por su habilidad deportiva. Se da ayuda en especie tal como uniformes y tenis y mochilas, asimismo se les apoya en cuestiones de salud, a través de medicamentos y en el caso de los que sufran alguna discapacidad ofrecerles también atención médica.

Para las mujeres, ya sea madres solteras o jefas de familia- madres, que formaron una familia pero que por diversas causas son viudas o divorciadas-, así como también aquellas madres o mujeres que sufren una discapacidad forman otro sector vulnerable de la población, ya que sufren de discriminación, marginación o fueron parte de violencia familiar, a ellas se les ofrece ayuda tanto para

sus infantes, como estudios de mastografías y Papanicolaou, así como medicamentos y asistencia social y apoyos económicos para ayudar a sus necesidades.

Las personas de la tercera edad son un sector que es favorecido por la Delegación. Para ellos se han creado apoyos alimenticios, económicos y de salud. A las personas con discapacidad en general se les otorgan apoyos económicos y en especie como aparatos auditivos, sillas de ruedas, bastones, andaderas, muletas, entre otros y de salud con asistencia médica y medicamentos gratuitos y a domicilio.

### 3.3 Impacto y significaciones

El impacto de cada programa se determina a partir de estudios, evaluaciones y los resultados obtenidos en periodos anteriores a programas. De acuerdo con el proyecto de desarrollo de la delegación y de cada año de ejercicio del jefe de gobierno, tomando como indicadores causas, efectos y características del problema que mejorar; asimismo cuantifican, características y ubicación del territorio de la población objetivo; determinan el plazo para la revisión,- regularmente esto se lleva a cabo anualmente, y en algunos casos su actualización. Como se muestra en el cuadro:

Cuadro4. Total de apoyos del programa social en el periodo 2009- 2012.

Programa	Población	Tipo de ayuda	Total de apoyos		
			2010	2011	2012
<b>Apoyo alimenticio</b>	Adultos Mayores de 60 a 69 años, Madres solteras con hijos entre 0 y 5 años y Madres Jefas de familia con hijos hasta 12 años, personas con discapacidad.	tarjeta	74,491	76,848	76, 727

Fuente: Datos obtenidos del blog de la delegación <http://gamadero.blogspot.mx> y de información otorgada por la delegación a través de Infomex

Esto demuestra que el programa “Apoyo alimentario” ha ido aumentando gradualmente. Aunque en este año pareciera un descenso en los beneficiarios es pertinente decir que el corte que se tiene de este programa es al mes de marzo del año 2012 por lo que se cree que en este lapsus existen más beneficiarios. El impacto del programa va siendo fructífero, en términos de cobertura, sin embargo queda en duda si el beneficio llegó al beneficiario y si hizo buen uso del programa o lo utilizó para fines informales.

Lo que significa, que en unos años podrá cubrir más del 50% de la población a la que está dirigida pues comparando los años 2011 y 2012 el aumento de beneficiarios podría ser mucho mayor. Aunque no se debe olvidar que los derechohabientes deben cumplir otras características como grado de marginación y vulnerabilidad. Una vez que cumplen los requisitos son beneficiarios de \$ 934.95 pesos a través de una tarjeta. Es decir anualmente recibe \$ 11,219.4, la cual no es transferible ni está disponible en efectivo. Cada año se ha tratado de incrementar el presupuesto a la vez que el monto de la pensión, con el objetivo de cubrir la mayoría de sus necesidades alimenticias. En este programa los más beneficiados, se ha procurado, que sean los de la tercera edad ya que son el grupo más vulnerable y más en cuanto a población; seguido de ellos son las personas discapacitadas. Cabe mencionar que no se han puesto cifras exactas sobre cada grupo dado que los datos encontrados difieren mucho de los del total de beneficiarios exactos.

Por otra parte, el programa “Hagamos juntos la despensa” es un apoyo que la delegación implementó, con el cual se les otorgan \$400 pesos para complementar la despensa de las madres jefas de familia, adultos mayores y personas con discapacidad. El impacto de este programa es menor en cuanto al primero, es decir, apenas cubre el 8.6% en este año en comparación con el programa apoyo alimentario. En 2010, se logró apoyar a 357 discapacitados, 1028 jefas familia, 257 madres solteras y 2807 personas de la tercera edad. Mientras que para 2011 se beneficiaron a mil 200 madres jefas de

familia; a 500 madres solteras; a 3 mil adultos mayores, y a 400 personas con alguna discapacidad: y para 2012 se beneficiaron a 3 mil 500 adultos mayores de 60 a 67 años de edad, mil 200 madres jefas de familia; a 500 madres solteras; y a 400 personas con alguna discapacidad. En total del año 2010 a 2012 los apoyos otorgados fueron:

Cuadro5. Cobertura del programa social Hagamos juntos la despesa en el periodo 2009- 2012

Programa	Población	Tipo de ayuda	Total de apoyos		
			2010	2011	2012
<b>Hagamos juntos la despesa</b>	Madres jefas de familia, adultos mayores y personas con discapacidad	tarjeta	4,449	5,100	5,600

Fuente: Datos obtenidos del blog de la delegación <http://gamadero.blogspot.mx> y de información otorgada por la delegación a través de Infomex

Lo que significa que el programa cubre gran parte, toda vez que en el perímetro 30.9 del número de hogares tiene jefatura femenina, y 4.6% del millón 185 mil habitantes de la demarcación padece alguna discapacidad (Hagamos, 2012). Su impacto es menor al primero sin embargo este apoyo va para las familias más vulnerables del perímetro de la delegación.

Finalmente el programa “Tengamos calidad de vida” es similar a los dos programas anteriores, solo que en este los apoyos que se otorgan son en especie, por ejemplo para el año 2011 se otorgaron “58 sillas de ruedas, 72 aparatos auditivos, 4 andaderas y 5 bastones en el primer trimestre, y 24 aparatos auditivos, 25 sillas de ruedas y una andadera en el segundo trimestre” (calidad, 2012). Estos representan logros para la delegación pues de 2009, cuando se creó, a la fecha el crecimiento de beneficiarios es notable y su objetivo para el año 2012 es superarlo y beneficiar a la mayoría de las personas discapacitadas, dado que ellos cubren una población de 54,143 habitantes. Por lo que, aunque la población que en otro periodo (2009-2012) es poca en cuanto a la cobertura ha sido satisfactoria por

lo que la delegación pretende apoyarlos, según información recabada de su página oficial. Aunado a que este tipo de apoyo está más especificado que los anteriores. Los resultados que se han obtenido de la cobertura del programa se pueden ver en el siguiente cuadro donde se demuestra que los apoyos que se han hecho han sido fructíferos año con año.

Cuadro 4. Cobertura del Programa social Tengamos calidad de vida

Programa	Población	Tipo de ayuda	Total de apoyos		
			2010	2011	2012
<b>TenGAMos calidad de vida</b>	grupo vulnerables	especie	91	329	299-

Fuente: Datos obtenidos del blog de la delegación <http://gamadero.blogspot.mx> y de información otorgada por la delegación a través de Infomex

Es importante mencionar que los ciudadanos no pueden poseer dos programas al mismo tiempo, pero sí lo pueden complementar con algún otro. Por ello se puede decir que se complementan unos con otros. Los dos primeros programas que se han mostrado son de apoyo económico, y aunque uno de ellos no tiene un padrón de beneficiario tan amplio como el primero, el segundo funciona como apoyo para todas aquellas personas que no puedan formar parte del primero.

Cabe mencionar que otros programas más específicos que pueden ser utilizados para fines políticos de manera informal son los que se organizan para actividades integrales, artístico, deportivo y de salud. Otros programas son los que contemplan los días festivos como el 10 de mayo; día de reyes, día del niño; día del padre, día del abuelo, etc., su impacto y significado tienden a ser mayores a los resultados de cualquier programa anterior dado que la mayoría o en su totalidad las personas de cualquier nivel y grado de marginación saben de los días festivos y por ende que se les festeja de manera pública.

El impacto y significación de estos programas se valida al comparar los resultados con la población objetivo, no olvidando que estos resultados se dan por la cobertura que ha alcanzado cada programa, mas no de haber cubierto la necesidad o que haya mejorado la calidad de vida del beneficiario. Los resultados son anunciados cada vez que la delegación los otorga y anualmente, como parte del programa de rendición de cuentas en el periodo de ejercicio de cada Jefe de Gobierno. En síntesis los programas sociales tienden a ser, para este caso, eficientes en términos de cobertura ya que año con año se determina una población objetivo diferente, esta regularmente va en aumento, y en algunos programas se amplían los sectores de beneficiarios.

Por último, cada programa está estructurado para cumplir ciertos objetivos específicos, para lograr una eficiencia en sus metas; y estas metas se lograrán a partir de un estudio de las carencias que más presente para poder implementar un buen programa que refuerza el desarrollo social, en este caso. Por esta razón los programas que aquí se tomaron en cuenta tienen las siguientes características, que presenta la delegación Gustavo A Madero.

### 3.3.1. Características de los programas sociales

Por otra parte, es importante resaltar las características de los programas, ya que son o pueden ser la razón por la que estos tienden a formar parte de relaciones informales como las clientelares. Donde no sólo los programas pueden ser usados para fines políticos, sino también a los beneficiarios, esto debido a las características que los programas piden para poder otorgar apoyo, de esta manera, susceptibles por las características, personas con habilidad para agilizar los trámites para los programas logran manipular el acceso a los programas. Así las características de los programas sociales serán:

- ⌘ Antecedentes: el diagnóstico económico, social y territorial del desarrollo de la demarcación; la proyección de tendencias y los escenarios previsibles; y el contexto regional y nacional del desarrollo.
- ⌘ Identificación del programa, lineamientos contenidos en el Programa General y los programas que deban ser observados por la demarcación, según el artículo 31 de la *Ley de planeación del desarrollo del Distrito Federal* (2009); así como también nombre, siglas, dependencia y/o entidad coordinadora, año de inicio de operación-(SEDESOL, 2011).
- ⌘ Problema o necesidad o necesidades que pretende. Los problemas que buscan resolver ya que los programas son distintos: están enfocados en el sector salud, principalmente, apoyos económicos y apoyos materiales en el caso de las personas discapacitadas. la población objetivo, sólo para este análisis, es similar ya que se enfoca a los grupos vulnerables y con nivel de marginación y pobreza, estos son infantes, niños/as, mujeres – mujeres en edad reproductiva, madres solteras y jefas de familia-, personas de la tercera edad y discapacitados. En otras palabras es la imagen que consistirá en lo que el propio programa pretende lograr en su ámbito espacial y temporal por la demarcación, según el artículo 31, de la *Ley de planeación del desarrollo del Distrito Federal* (2009).
- ⌘ La estrategia del órgano político-administrativo con base en la orientación establecida en los componentes rectores contenidos en el Programa General, según la *Ley de planeación del desarrollo del Distrito Federal* (Artículo 31, fracción IV).
- ⌘ Definición de los objetivos y prioridades del desarrollo de mediano y largo plazo, artículo 31, fracción V (*Ley de planeación del desarrollo del Distrito Federal*, 2009)

- ⌘ Las metas generales que permitan la evaluación sobre el grado de avance en la ejecución del programa delegacional, según la Ley de planeación del desarrollo del Distrito Federal (Artículo 31, fracción VI: 2009).
- ⌘ Descripción de los objetivos, así como de los bienes y/o servicios que ofrece, estos van desde estudios médicos –papanicolao y mastografías-; apoyo económico, la cantidad varía de acuerdo al objetivo del programa; entrega de sillas de ruedas, aparatos auditivos, andaderas y bastones; y asistencia médica.
- ⌘ Identificación y cuantificación de la población, se refiere a la población que se tendrá como objetivo, es decir la cantidad de personas a las que pretende apoyar, posterior a los resultados del programa, se evalúa y con ello se puede ampliar la población beneficiada: esta será objetivo porque debe cumplir con ciertas características que al crear el programa se estipulan. A estas características en el proyecto del programa se le denominarán indicadores, los cuales deben ser, solo para los programas que se analizarán aquí;

#### ❖ Vulnerabilidad

El Plan Nacional de Desarrollo (PND) lo define como el resultado de la acumulación de desventajas y una mayor posibilidad de presentar un daño, derivado de un conjunto de causas sociales y de algunas características personales y/o culturales. Considera como vulnerables a diversos grupos de la población entre los que se encuentran las niñas, los niños y jóvenes en situación de calle, los migrantes, las personas con discapacidad, los adultos mayores y la población indígena, que más allá de su pobreza, viven en situaciones de riesgo (Diputados, 2006)

Estos grupos vulnerables, también conocidos como grupos sociales en condiciones de desventaja ocupan un espacio creciente en las agendas legislativas de las políticas públicas, con especial atención en los procesos de vulnerabilidad social de las familias, grupos y personas, como se menciona en Diputados (2006).

La Secretaría de Desarrollo Social del Distrito Federal les define como:

a aquellas condiciones por las cuales se está en riesgo de engrosar el espacio de exclusión social, es una condición social de riesgo, que afecta la subsistencia, la satisfacción del bienestar y calidad de vida... son especialmente vulnerables aquellas personas que se encuentran en situación de pobreza (SEDESOL, 2007: 29).

Motivo por el que la Secretaria de Desarrollo Social atiende a personas en estado de vulnerabilidad, desventaja física o intelectual en condiciones de pobreza, brindando una atención asistencial especial a los niños, mujeres, adultos mayores y a los jornaleros agrícolas migrantes, para lograr su incorporación a una vida más estable, plena y productiva, a través de los diversos programas sociales que se van creando y ampliando del periodo de ejercicio de un Jefe delegacional (SEDESOL, 2007)

Debe decirse que dentro del concepto de vulnerabilidad los apoyos se dividen debido a que pueden presentar una vulnerabilidad por carencia social, es decir aquellas que aunque tenían un ingreso superior a la línea de bienestar tenían una o más carencias sociales; o vulnerabilidad por ingresos que se refiere a que el rubro de ingreso es diferente, pues las personas que sin tener carencia social alguna pero cuyo ingreso no era suficiente para adquirir la canasta básica (CONEVAL, 2012: 55-56).

#### ❖ Marginación

Se calcula a través de cuatro dimensiones educación, vivienda, distribución de la población e ingresos por trabajo, recopilados de la información por parte del Censo de Población y Vivienda. De estas dimensiones se desprenden las formas de exclusión por las que sectores de la población vulnerables y pobres son susceptibles, asimismo de ellas se desglosan indicadores que ayudan a medir su exclusión y el impacto de las carencias que padece una población determinada, como resultado del acceso a diferentes oportunidades, servicios o bienes. Como se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro4. La marginación y sus dimensiones

Concepto	Dimensiones socioeconómicas	Formas de exclusión	Indicadores para medir la intensidad de la exclusión	Índice de marginación
<b>Marginación: fenómeno estructural múltiple que valora dimensiones, formas e intensidades de exclusión en el proceso de desarrollo y en el disfrute de sus beneficios</b>	Educación	Analfabetismo	Porcentaje de población de 15 años o más analfabetas (ANALF)	Intensidad global de la marginación socioeconómica
		Población sin primaria completa	Porcentaje de población de 15 años o más sin primaria completa (PRIMINNC)	
	Vivienda	Viviendas particulares sin agua entubada	Porcentaje de ocupantes en viviendas particulares sin agua entubada( SINAGUA)	
		Viviendas particulares sin drenaje ni servicio sanitario exclusivo	Porcentaje de ocupantes en viviendas particulares sin drenaje ni servicio sanitario exclusivo (SINDREN9)	
		Viviendas particulares con piso de tierra	Porcentaje de ocupantes en viviendas particulares con piso de tierra (PITIERR)	
		Viviendas particulares sin energía eléctrica	Porcentaje de ocupantes en viviendas particulares sin energía eléctrica (SINELEC)	
		Viviendas particulares con algún nivel de hacinamientos	Porcentaje de viviendas particulares con algún nivel de hacinamiento (HACINA)	
		Ingresos monetarios	Población ocupada que percibe hasta 2 salarios mínimos	
	Distribución de la población	Localidades con la menos de 5 mil habitantes	Porcentaje de población en localidades con menos de 5 mil habitantes (MENOS5k)	

Fuente: Consejo Nacional de Población (CONAPO) de 2010. Recuperado de [http://www.conapo.gob.mx/work/models/CONAPO/indices\\_margina/mf2010/CapitulosPDF/1\\_4.pdf](http://www.conapo.gob.mx/work/models/CONAPO/indices_margina/mf2010/CapitulosPDF/1_4.pdf)

En otras palabras el índice de marginación permite conocer el grado de desigualdad en las oportunidades sociales y el nivel de desarrollo de las entidades y municipios. Como es el caso de la delegación Gustavo A. Madero que cuenta con un grado de marginación muy bajo y un índice de

marginación de -1.81650, a pesar de su grado de marginación es la segunda Delegación con mas población y carencia de bienes básicos. Por ello cada periodo de gobierno trata de mejorar su condicion de vida a traves de programas sociales que se enfocan en sectores de la población que más lo necesitan.

#### ❖ Pobreza

Como condición la pobreza repercute en los niveles de salud y nutrición de los individuos que son más vulnerables, lo que puede generar menor rendimiento escolar y menores posibilidades de acceso a trabajos bien remunerados. “Es decir, la desnutrición, alta propensión de enfermedades y la falta de servicios médicos genera que los niños no tengan un rendimiento escolar apropiado repercutiendo esto en las posibilidades de empleo futuro y de superación de las condiciones de pobreza en que viven” (SEDESOL, 2007: 27)

A nivel general la pobreza o “ser pobre es tener al menos una carencia social y un ingreso inferior a la línea de bienestar” (CONEVAL, 2012: 48) entre las condiciones que pudieran influir en el problema de pobreza está la mala distribución de los ingresos; los niveles de educación; el papel de la democracia o la forma de gobierno; el papel del gobierno; el crecimiento constante de la economía sin que esto implique un desarrollo económico; y el aumento del empobrecimiento de la clase media, etc.

La pobreza puede ser entendida como un concepto multidimensional, no sólo porque abarca varias condiciones, sean económicas, sociales o materiales, sino también porque entre estos mismos pueden existir diversas combinaciones que dan cuenta de las necesidades y carencias de ciertos sectores de la población. Como son las condiciones socioeconómicas (nivel de vida, desigualdad, posición económica), condiciones materiales (limitación de sus recursos) o sus condiciones sociales (clase social, dependencias, exclusión).

Por ello, para la CEPAL (2007) pobreza puede ser una limitación de recursos para satisfacer un conjunto de necesidades básicas- alimentación, educación, salud, vivienda, acceso al agua y saneamiento, etc.-, y otras carencias que la explican o la acompañan, como la falta de capacidades y patrimonio, la insuficiente participación en la sociedad, la falta de poder, la falta de acceso a capital social y capital simbólico y otros elementos sociales, culturales y políticos. Por ello la pobreza se manifestará de modo distinto según el área de residencia (estado, departamento, municipio, área urbana o rural), edad, etnia, sexo, capacidades, etc.

Es por eso que la pobreza humana se ha caracterizado como “la denegación de oportunidades y opciones básicas para el desarrollo humano, vivir una vida larga, sana y creativa y disfrutar de un nivel decente de vida, libertad, dignidad, respeto por sí mismo y de los demás” (PNUD, 1997: 17). Con ello posteriormente se crea una clasificación de programas que ayudan a reducir y a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

En síntesis, sólo se han utilizado estos tres indicadores debido a que en los programas que se tomaron para el análisis tienen a esto como características, es decir pobreza, marginación y vulnerabilidad para poder ser beneficiario de los programas Apoyo alimentario, Hagamos juntos la despensa y Tengamos calidad de vida, esto por la cobertura y mecanismos de focalización, la cobertura es en el perímetro de la delegación, con el objetivo de mejorar las zonas con nivel de marginación; y el mecanismo parte de tres indicadores principales que ayudarán a agrupar a la población objetivo.

En resumen, cada programa debe cumplir como mínimo con estas características- esto porque para el caso de estudio refiero sólo los de la delegación, tomando en cuenta que existen programas regionales, y federales- para un buen funcionamiento y objetividad, por eso son programas de corto plazo con medidas tendientes a poder eliminar o reducir la complejidad de los problemas que aquejan a la población de la Delegación. Los indicadores de los programas pueden variar considerablemente

debido al objetivo al que este dirigido, como se mencionaba anteriormente. Asimismo estos factores favorecen la práctica clientelar comprometiendo el voto o la movilización, por lo que se ven coaccionados de manera explícita, implícita o psicológica.

### 3.3.2. Accesibilidad de información

El acceso de los ciudadanos a los programas puede ser a través de los módulos de participación ciudadana que la Delegación ha colocado en distintos lugares de la delegación, por medio de internet en su página oficial y en las instalaciones de la Delegación, aunque la información puede ser accesible para la población, muchos prefieren la comodidad de poder agilizar los trámites, mediante personas externas a la Delegación que ayudan a estas personas o aquellas que no puedan acercarse a ninguno de los tres programas sociales, antes mencionados, por lo que su único acceso es a través de sus representantes de colonia ya que una de sus obligaciones es coadyuvar con la delegación para que pueda otorgarle los apoyos a través de los programas necesarios para mejorar la calidad de vida de sus vecinos.

En su defecto toda persona puede acudir a la delegación a solicitar el apoyo necesario. Sin embargo por las características de los beneficiarios el acceso de esta forma tiende a ser una restricción como beneficiario, aunque no se escatima que algunos lo lleguen hacer. De acuerdo a trabajos que se han realizados muchas veces los programas sociales llegan a estas personas por terceros y no porque ellos lo han buscado, pues sus características socioeconómicas se los impiden. Esta intermediación puede ser por una acepción legal o informal, está a su vez puede ser inmersa en prácticas políticas condicionantes para el acceso al programa, como se explicará más adelante.

Por su parte la Delegación, a través de módulos de información pública, por internet o la Subdirección de Servicios de la misma Delegación otorgan información sobre los programas que el ciudadano requiera.

Para algunos programas sociales se llega a pegar propaganda como difusión del mismo – con la fecha, hora y lugar donde estarán presentes-, sin embargo, a decir verdad es muy poca la gente que puede llegar a detenerse y leer una propaganda que en ocasiones puede pasar desapercibida, como se muestra en la siguiente imagen.

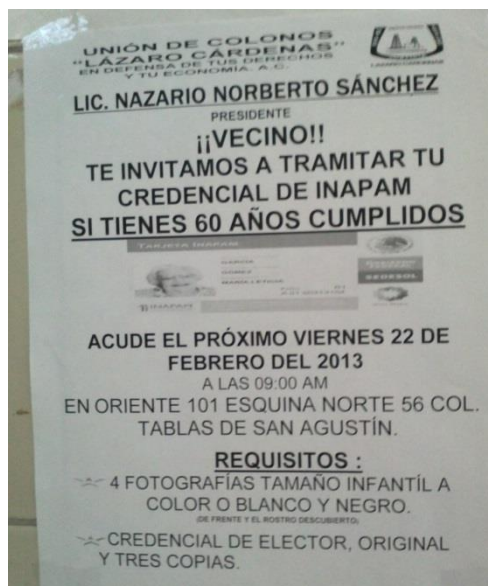
Imagen 1. Propaganda de Programas Sociales



Fuente: Imagen tomada de la colonia Progreso Nacional, de la Delegación GAM

En otras ocasiones las propagandas de los programas llega a hacerse por asociaciones anónimas que radican en las colonias de la delegación.

## Imagen 2. Propaganda de Programas Sociales



Fuente: Imagen tomada de la colonia Santa Rosa, de la Delegación GAM

Como difusión remota podrían tomarse los resultados que se dan a conocer a través de paredes pintadas o mantas que ponen en las calles, con el objetivo de que la gente sepa que cierto programa da resultados, por lo que incite a buscar beneficio de él, y a la vez dar cuenta de su efectividad.

Por lo tanto, quienes no son beneficiarios pueden no contar con información sobre los apoyos que ofrece cada programa, sus mecanismos de selección y sus reglas de operación., Algunas personas hacen el trámite individualmente, es decir inscribiéndose ellos mismo sin ayuda de nadie y por cuestiones técnicas no han sido seleccionados como beneficiarios, asimismo consideran que el hecho de que conlleven trámites es una pérdida de tiempo. Sumado a ello muchos de los que reciben apoyo reconocen haber tenido suerte para quedarse dentro del programa y no como derecho que tienen, esto porque su adhesión al beneficio del programa puede venir como resultado de un proceso político ya sea próximo o pasado (PNUD, 2007).

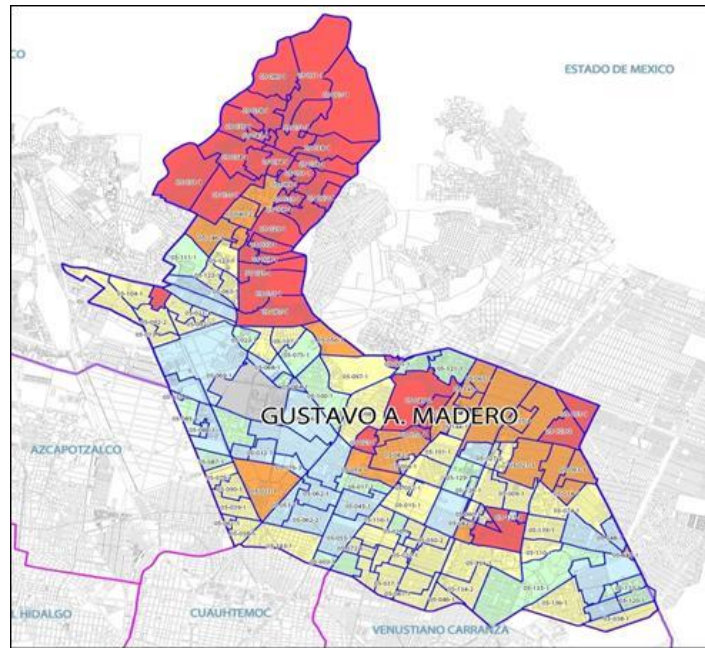
Es decir que esta falta de información de los ciudadanos acarrea serios problemas en términos de lograr ser beneficiario como derecho y no como condicionamiento a un objetivo determinado. La desinformación, y también las irregularidades que pudieran existir dentro de los programas sociales traen consecuencia en la asignación de recursos y permanencia de los beneficios. Entre los condicionamientos del beneficio pueden estar, como menciona la evaluación de programas sociales del PNUD (2007: 109):

1. Credencial para votar: recogen la credencial para votar por ellos, o usarla sin el consentimiento del propietario de la credencial por un fin electoral, a cambio logra ser beneficiario;
2. Proselitismo: utilización de recursos, bienes o servicios de algún programa, teniendo como fin favorecer a un partido político;
3. Gestión: prometer o recibir promesas de trámites de programas a cambio del voto o beneficio, y favores;
4. Presión o coacción: presionar o coaccionar como servidor público, candidato o funcionario partidista para entregar alguna constancia que demuestre haber favorecido al candidato o partido emitiendo el voto, como requisito de la entrega de los recursos de algún programa;
5. Utilización y manejo de información y recursos públicos: modificación de documentos que permitan el desvío o mal manejo de los recursos públicos de los programas a favor de un partido político; utilización de los padrones de los programas con fines político-electorales.

Dadas las características anteriores y los resultados obtenidos en los padrones de beneficiario, las colonias más beneficiadas por los programas, al norte de la delegación las que más sobresalen son Castillo Chico, El Carmen Victoria, Compositores Mexicanos, Zona Escolar, Tlaxpexco, Colonia Tlalcaleg, Colonia Malacates, Guadalupe Chalma. En la investigación se pudo ver que la

zona norte de la Delegación tiene mayor cobertura de beneficiarios. Asimismo es la zona, como se muestra en el siguiente mapa, con índice de marginación muy alto.

Mapa 2. Marginación en la Delegación GAM



Niveles de Marginación:



Fuente: Secretaría de Información del Desarrollo Social del Distrito Federal, 2010

Entre las colonias que se encuentran en esta zona la población rebasa los 10,000 habitantes.

Al sur se encuentran las colonias Malinche, La Joya, Constitución de la República, Olivo, Ampliación Providencia, Narciso Bassols, Vallejo, Martín Carrera.

Y en la zona centro Vasco de Quiroga, San Felipe de Jesús, San Felipe de Jesús Oriente, Gabriel Hernández, Nueva Atzacolco y La Pastora. La colonia San Felipe de Jesús es la colonia en toda la

delegación con más población, con un índice de marginación alto, como se muestra en el mapa anterior.

Finalmente, con los datos obtenidos y los resultados se puede decir que los programas si cumplen con las metas que se plantean, hablando en términos de su objetivo, que es beneficiar, es decir son eficientes. Sin embargo, para los beneficiarios en muchas ocasiones es sinónimo de condición, puesto que se presta para uso político de otras personas, esto porque los beneficiarios no son los que hacen el vínculo directo con la delegación para adquirir el beneficio sino que lo hacen a través de terceras personas, y esto porque dadas las condiciones de los beneficiarios puede ser difícil hacer el trámite por lo que requieren de esa tercera persona. Asimismo estos programas parecen ser asistenciales, es decir, que no solo se utilizan para periodos botín electoral sino para los periodos de latencia, a través relaciones compleja o de nuevas prácticas de liderazgos, más allá de su objetivo de solidaridad y mejoramiento de calidad de vida la población en pobreza y marginación.

## Capítulo IV

### **Análisis de Contenido: Relaciones clientelares – Programas sociales**

Una vez analizados el concepto de clientelismo y las características de los programas sociales de la GAM en este capítulo analizaré la relación que entabla el clientelismo como fenómeno de relaciones informales, y los programas sociales como una acción gubernamental de la Delegación que utiliza para mejorar la calidad de vida de la población que presentan algún grado de marginación o están en la pobreza, según los objetivos de los programas. El objetivo es responder a las preguntas: ¿cómo es que se establecen las relaciones entre sujetos (Políticos-intermediarios- cliente) y la Delegación Gustavo A Madero? ¿cómo se caracterizan las relaciones? y ¿qué implicaciones tienen entre sujetos (políticos-intermediarios- cliente) y la delegación Gustavo A Madero? Identificadas en la introducción, con la hipótesis de que las relaciones clientelares se establecen entre sujetos (políticos- intermediarios [patrón] y clientes) dentro de mercados excluyentes a través de una coacción, enmarcada en la sofisticación de los métodos que tienen como fin incidir en el voto, dentro de la delegación Gustavo A. Madero, en 2009-2012.

Para validar la hipótesis utilizare como unidades de análisis a la población electoral. Esto es toda aquella población que tiene la capacidad de votar; los representantes de los Comités Vecinales; y algunos programas sociales como acción gubernamental de la delegación para combatir la pobreza y el grado de marginación; con el fin de caracterizar las relaciones clientelares y las implicaciones que tiene entre sujetos (políticos- intermediarios (patrón) y clientes), en el periodo de latencia 2009- 2012. Esto mediante un análisis de los diferentes rangos de edad. También utilizare entrevistas semi-estructuradas hechas a representantes de los comités vecinales para saber cómo se entretajan las relaciones entre la precaria estructura de oportunidades sociales para los ciudadanos, sus familias y comunidades,

exponiéndolos a privaciones, riesgos y vulnerabilidades sociales que escapan al control personal, familiar y comunitario, por lo que la hace susceptible a que el clientelismo, siendo una forma de intercambios informales, logre adaptarse a la manera de vivir y accionar de aquellas personas que debido a sus carencias buscan cubrir aunque sea por un momento sus necesidades. Así mismo se realizó un sondeo a personas que han sido beneficiadas por los programas sociales en la Delegación Gustavo A Madero.

De acuerdo con lo anterior se puede decir que el clientelismo político mediante su habilidad eficaz e instrumentalista a través de la compra de votos y el uso informal de las políticas sociales ha logrado formar parte de la vida cotidiana de la población. Así el día de otorgar el sufragio por una parte, positivo el trabajo latente de los intermediarios les resulta, en la mayoría del tiempo, fructífero pues este voto de la población ayudará a un partido político a ganar una elección o mantener su presencia política en las elecciones posteriores en el caso de los partidos pequeños: también este voto positivo puede movilizarse a otro lugar donde se estén llevando a cabo elecciones, sin importar que esta gente que vote -capital electoral- no radique en la Delegación. Por otra parte negativo porque la población no votará por ningún partido, como le convenga y beneficie al intermediario y en algunos casos al patrón- intermediario.

Los clientes con estas acepciones dentro de su vida cotidiana, no ven una coacción como tal, como lo era antes. Ahora se ha vuelto una reciprocidad donde mientras el *bróker*- persona que se encarga de hacer la relación con el patrón y beneficio, se encarga de cumplir con lo acordado, los clientes lo retribuirán con su apoyo, sea voto o movilización, esto es un apoyo recíproco. Aunque para ellos ya no existe la coacción física, si se genera una coacción psicológica ya que están condicionados a ser beneficiarios de algún recurso público, como se demuestra en esta investigación, este condicionamiento se da por la oportunidad de que terceras personas hagan llegar el beneficio; puesto

que como ya se mencionó la única manera según las reglas de operación de los programas sociales solo existen tres maneras de informarse de los programas sociales y su acceso es mediante la ayuda en algunas ocasiones de los comités ciudadanos o de que ellos mismos vayan a la delegación.

Sin embargo, las personas a las que van dirigidos los programas *Apoyo Alimentario*, *Hagamos Juntos la Despensa* y *Tengamos Calidad de Vida*, son aquellas que están en algún grado de marginación y son vulnerables, lo que en muchos casos implica la comunicación del programa y el posible beneficio. Por esta razón se pueden ver condicionadas a su acceso y por consiguiente entran en un mercado excluyente donde existen círculos cerrados que los invitan a ser parte de ellos a cambio de su voto o movilización.

Este vínculo de las relaciones clientelares y los programas sociales también se dio a partir de la falta, de información de la delegación hacia las personas, y de la falta de apoyos de los que carecen las personas y el desinterés del gobierno competente a mejorar su calidad de vida.

La idea principal del uso informal en las relaciones clientelares es, como ya se mencionó, intercambiar algún bien necesario proveniente en muchas ocasiones de recursos públicos, por el sufragio de los ciudadanos. Una vez entendida esta idea se puede comprender por qué el uso del programa *Apoyo Alimentario*, *Hagamos Juntos la Despensa* y *Tengamos Calidad de Vida* se presta para que mediadores hagan acepciones como beneficios instrumentales, es decir clientelismo político. Lo que vuelve a esta relación “formal” y lo que refuerza esta idea es que los beneficiarios en la mayoría de los casos no están enterados de los reglamentos y leyes que protegen a estos programas sociales, aunado a que los beneficiarios de los programas son personas con algún grado de marginación o son vulnerables. Lo cual, en algunos casos, impide el conocimiento de su existencia o en otros casos prefieren decir que no los conocen y lo importante es que sean beneficiados, no importa la manera en que la puedan obtener ese bien necesario para el cliente.

Aunque pareciera que los intermediarios saben de la existencia de leyes que castigan el uso político informal de los recursos públicos- esto de acuerdo a lo que se pudo recabar de las entrevistas a los representantes de las colonias, como los programas sociales, los intermediarios han sido tan inteligentes con el intercambio que hacen con sus clientes, que dada la existencia de normas crean asociaciones políticas o aun siendo parte de estas asociaciones entran en elecciones de comités vecinales con el fin de que este acceso sea eficaz y formal, como más adelante se analizará. Es necesario recordar que los intermediarios de los que se habla aquí hacen uso de los recursos públicos pues como ya se mencionó utilizan a los programas sociales como intercambio, por el tipo de clientelismo que he tomado para el estudio de caso: ya que como se mencionó en el capítulo I existen varios tipos de clientelismo y de recursos utilizados para el intercambio informal.

Posteriormente dentro de estas relaciones de clientelismo políticos los intermediarios crean círculos cerrados, que ayudan a cooptar votantes y a excluir a los que no estén dentro de ellos, aunque algunos apoyos que realizan son masivos con el objetivo de demostrar su eficacia en apoyos. Esto apoyos o hasta incentivos se dan en programas temporales, es decir en ciertas fechas como día de las madre, día del padre, día del niño, día del abuelo, etc.

Pero el uso de los programas sociales es otro de los métodos que los *brókeres* utilizan para cooptar votos. No obstante la existencia de otras prácticas como empleos públicos, apoyos económicos, despensas, bienes materiales. La diferencia de los programas sociales y los otros radica en el momento en que son utilizados. Los primeros serán utilizados en el periodo de latencia, mientras que los otros durante al proceso electoral. Es decir que son para un tiempo inmediato, y en el caso de los empleos en puestos públicos son otorgados entre patrón-intermediario

Como se ha señalado las relaciones clientelistas son complejas y frágiles por ser parte de arreglos informales, es por esto que como se demostrará en esta investigación, el periodo de latencia es

de mucha ayuda para que estas relaciones se fortalezcan, mediante la visitas cotidianas a todos los clientes que están dentro de los círculos que los intermediarios han creado. Y a largo plazo el voto incierto de las personas puede convertirse en voto duro o capital electoral para los intermediarios, a través del periodo de latencia.

Es así como mediante el largo proceso de latencia los intermediarios, a través de sus círculos cerrados, se encargan de visitar cotidianamente a sus clientes ofreciéndoles ayudas mediante los programas. Por en uno de los sondeos realizados se mencionó: “siempre viene una persona a preguntarme si necesito algo o se me ofrece algo... ya sé que cuando hay una elección le tengo que dar mi voto”, una vez que un cliente no cumpla o incurra en alguna cosa que los *brókeres* no estén de acuerdo pueden sacarlos de sus círculos y hacerles creer han perdido el beneficio del programa. Esto por la falta de información que el cliente no tiene de los programas, ya que según las reglas de los programas la suspensión de estos es cuando no asisten, por ejemplo, la atención médica que se les indica, al otorgamiento del sillas de ruedas, etc. De otra manera sería cuando la delegación detecta que existe una tercera persona haciendo uso político del programa hacia las personas, programa que puede ser suspendido de manera, temporal, indefinida o definitiva, de acuerdo con el reglamento de operación de los programas. Sin embargo, los beneficiarios no están enterados de la existencia de este reglamento y es por ello que pueden llegar a perder el beneficio.

No existe reanudación del programa. Sólo se necesita cumplir con lo estipulado en los requisitos e ir a recibir el beneficio sin falta, en el tiempo y fecha estipulado. Por supuesto, esto es hablando en términos de lo estipulado por el reglamento de operación de los programas sociales. Sin embargo, para las relaciones clientelares el comienzo del beneficio del programa *Tengamos Calidad de Vida, Apoyo Alimentario y Hagamos Juntos la Despensa* comienza antes o después de los procesos electorales. Posteriormente seguirán siendo beneficiados, es decir en el proceso de latencia, siempre y cuando,

como ya se había mencionado, cumplan con las reglas establecidas por cada intermediario dentro de sus círculos.

El vínculo entre patrones- personas que tiene el poder de otorgar el apoyo, mediadores – aquellos que se encargan de buscar el capital electoral- y clientes –población que intercambia su voto por un favor o beneficio. En este lugar, donde aparte del intercambio, se entretajan las relaciones que se fortalecen el apego de esos actores a determinadas creencias y valores colectivos. Proporcionando una forma social correspondiente al sistema político donde los programas sociales y ayudas a los grupos vulnerables, mostrando así la escasa representación en el poder real y la efectiva distribución de los recursos y oportunidades (Hernández, 2006).

#### 4.1 La conformación de redes de poder

La población no es amoral, simplemente reacciona de acuerdo a sus circunstancias y a las de su medio ambiente. Es decir que se podría entender este intercambio clientelar como “una decisión racional y libre, por quienes toman decisiones, no teniendo aprecio por la esfera de la política, ni viéndose partícipes de ésta” (Hernández, 2008; 134), buscan el voto a cambios de lo que les ofrezcan; afianzándose la relación en la confianza, esperanza y la reciprocidad.

El clientelismo político está puesto en los clientes: de cómo ganar su voto, mantener su apoyo, y administrar su consentimiento. Esto muestra que el balance de poder entre patrones y clientes ha cambiado a lo largo del tiempo. Los patrones, por su lado, ya no pueden estar seguros de sus bases de apoyo, en la medida en que el intercambio es cada vez más voluntario, consensual, y no existen mecanismos legales o autoritarios para garantizar la obligatoriedad de la conducta recíproca (Romero, 2007).

Por ello, las relaciones clientelares han sido asumidas por actores de diferentes espacios y los partidos ahora dependen de dichos actores, los cuales pueden tener el control, por ejemplo, de asociaciones comerciales, de ambulantes, de grupos de individuos que colonizan u ocupan zonas, viviendas y predios, movimientos libertadores, autónomos y similares, a favor de los actores políticos concretos. Por lo que estos nuevos actores o intermediarios son un tipo de recurso a favor de los intereses de estos y pueden utilizarlos contra sus rivales políticos, quienes a su vez también recurren a estos (Moreno, 2003).

Dentro de estas acepciones no existen normas que determinen la manera en que se deban regir las relaciones entre los patrones-*brókeres*-clientes: debido a que el patrón y los *brókeres* establecen sus propias reglas, esto según les convenga. Para el caso de la relación entre intermediarios y clientes lo que los regirá serán las reglas que el intermediario determine. En este caso los clientes sólo tendrán la oportunidad de tomar una decisión cuando dentro del mercado elijan el círculo al que deseen pertenecer, durante el periodo de latencia.

Así, una vez establecida la relación entre el intermediario y el cliente, los *brókeres* serán la base de la relación al ser el enlace que posibilita la relación del político- cliente actualmente, con el beneficio o acceso a un recurso que satisfaga alguna necesidad que el cliente requiera. Los beneficios que otorgan los intermediarios son o intentan ser de primera necesidad con el fin de que la acepción sea más segura, como es el caso de los programas sociales quienes ofrecen ayudas de alimentación, salud, etc., para las personas que carecen de recursos.

La forma en cómo logran vincular la relación clientelar intermediario – cliente dentro de los periodos de latencia se da a partir de:

- Entablar de vez en cuando una amistad *instrumental* o buscar a sus amistades vecinos para invitarlos. Este puede ser un punto de partida para comenzar a buscar adeptos a su partido de

preferencia y que de resultado lo que ellos les dicen, o en otras palabras logren su finalidad: con los sondeos realizados pude notar que las relaciones clientelares del PRD, pues en escasas tres o cuatro personas mencionaron formar parte del PRI. Sin embargo, hablar con estas personas fue muy difícil pues no se prestan para hablar de política. Un ejemplo de la presencia del PRD es lo que mencionaron varias personas “ya no PRI... es mejor votar por el que sí nos apoya... el PRD... el si ve por los pobres” ya que su participación como intermediario puede ser producto de algún benéfico que toman como ejemplo para convencer.

- Por el tipo de apoyo o bien intercambiado, sea económico, en especie (despensas) o mediante un programa social.
- El fundamento de "lealtad" que se forma como retribución del apoyo durante el periodo de latencia, es otorgado como retribución y no como una coacción, como lo mencionaron algunas personas: “No, pero yo lo doy porque es como reciproco, ella me ayuda y yo se lo regreso con mi voto aunque ella no me diga que tengo que votar por ese partido...., tengo la decisión libre de votar por otra persona pero no...” asimismo en este intercambio el cliente le da su lealtad al *bróker* y no al político [patrón], ya que quien les da el bien es el intermediario, aunque provenga de una tercera persona. Por ejemplo: “voto por el partido que el señor me dice porque el señor me viene a buscar y me apoya..., y el sí cumple con lo que me promete”. En otros casos las personas si se identifican con el partido y en algunos con la ideología. Ejemplo de ello es lo que respondieron: “yo sí me identifico como partidista de ese partido... creo en su ideología...y porque busca el bienestar de las personas de bajos recursos como yo...”. En otras respuestas el voto aparte de responderle al intermediario es porque van con las propuestas. Ejemplo “Voto según las propuestas, es decir, no voto siempre por un sólo partido”

Existe una coincidencia en que el apoyo no determina su voto y que tampoco existe una coacción para ellos, sino más bien es una reciprocidad, como respuesta a lo que ellas les dan durante el periodo de latencia. El otorgar algún favor o beneficio pone de manera implícita el otorgamiento del voto. Sin embargo no se deja de lado que esto no garantiza el voto, debido a la existencia de la lógica de “vender al mejor postor”, el voto o que por otras razones no voten, por el que implícitamente se les pide. Motivo por el cual los *brókeres* se ven obligados a que los métodos que usan para cooptar el voto, sean cada vez más sofisticados, con el fin de mantener satisfecho al cliente y evitar su deserción a otro círculo de capital electoral. Con la finalidad, implícita, de llevar al poder al patrón. Aunque otra de las razones por las que algunos clientes no emitan voto, puede ser porque entienden que no pasará nada con el círculo del brókeres que están y que si le retiran el apoyo pueden entrar en otro círculo.

El apoyo es otorgado a toda la gente en general y con mayor hincapié en las que carecen de recurso y están en altos grados de marginalidad. Pueden existir personas que estén afiliadas y que, por tanto, apoyen los ideales del partido o personas que simplemente sean simpatizantes y por esa razón los apoyan, aunado al beneficio que puedan recibir por parte del partido directamente o a través del intermediario.

Sin embargo una de las formas que utilizan los intermediarios, es decir, los representantes de los comités vecinales pertenecientes a asociaciones civiles, según las entrevistas, para asegurar el voto mencionan: pueden “hacer que el cliente ponga un papel carbón debajo de la hoja donde votarán; dar un boleto llena y regresar la que les dan en el módulo; tomar una fotografía a su voto; o hasta traer de otra parte a clientes a votar”.

Pueden existir personas que estén afiliadas a algún partido y que por tanto apoyen sus ideales, o personas que simplemente sean simpatizantes y por esa razón los apoyan, aunado al beneficio que puedan recibir por parte del partido directamente o a través del intermediario.

Por consiguiente, las relaciones clientelares se construyen a partir de la eficacia, constancia y práctica (Cobilt, 2008) de lo otorgado, dentro de un mercado excluyente que los intermediarios construyen con el tiempo. Pero siempre de modo jerárquico y en círculos cerrados que los intermediarios establecen, siendo muy cuidadosos para tratar de mantener sus relaciones en el periodo de latencia, a través de visitas y apoyos comunitarios que otorgan.

Aunque este proceso no siempre resulta tan perfecto como los intermediarios y partidos políticos desearían, pues el dar apoyos y aceptarlos no obliga ni garantiza la retribución o reciprocidad esperada del voto, razón por la que podemos decir que la relación que un intermediario establece con su círculo depende de:

- Intermediarios que no están afiliados a los partidos, pero que pueden ser simpatizantes o los que dan su voto como agradecimiento a su apoyo.
- Intermediarios afiliados, que pareciera ser que garantiza su voto duro, porque como bien se sabe un partido puede ser, teóricamente, una unidad, entre ellos mismos pueden no estar de acuerdo con algunas ideas o circunstancias, por lo que estos se dividirán según su fin, empero no se saldrán del partido, confirmando su voto duro.

Reflexionando lo anterior podemos inferir que el tiempo ha ayudado a los políticos y principalmente a los *brókeres* a buscar estrategias que posibiliten el voto seguro de su círculo y que la relación que se establece no parezca informal. Es por ello que en algunos casos los intermediarios utilizan algunos programas sociales que son legítimos, como el programa Tengamos Calidad de Vida; Hagamos Juntos la Despensa y Apoyo Alimentario como puente para establecer más acepciones. Para que la relación no la vean como informal, aunque, tampoco les garantiza el apoyo reciproco, esto en periodos de latencia, a partir de este periodo los intermediarios hacen lazos entre sus círculo que posibiliten un resultado favorable en tiempo de electorales.

La sofisticación de los métodos o portafolios de los intermediarios utilizados para adquirir el voto, no sólo radica en los apoyos comunitarios que se realizan, sino también a través de los Programas Sociales que la delegación brinda, debido a que en la población muchos ni siquiera los conocen. Motivo por el cual los intermediarios se valen de estos para convertir su relación informal en formal o licita, es decir los programas sociales no son apoyos informales. Por lo que los *brókeres* se vuelven el puente de manera explícita para su clientela, hacia estos programas; y de manera implícita para los programas y la delegación. Puesto que el fin es que estos programas se otorguen a la población, sin considerar el modo en cómo estos llegan a los beneficiarios, ni las implicaciones que estos traen consigo.

#### 4.2. Quienes integran la relación de clientelismo político en la GAM

Las acciones de cada integrante del clientelismo político desarrollan en el momento en que busca un beneficio y cuando entran en el círculo,

I. Dentro del análisis los patrones serán los partidos políticos o instrumentos de participación política de la ciudadanía, por una parte, que sirven como medio para canalizar las demandas de la sociedad, y que contribuyen al reclutamiento de personal dirigente para el gobierno, movilizándolo a la sociedad a través de las elecciones. Y para lograr el triunfo han tenido que perfeccionar sus estrategias proselitistas para conseguir la cantidad necesaria de votos, ya que actualmente existe un pluralismo partidista que impide la simplicidad de sus tácticas, motivo por el que han tenido que recurrir a relaciones clientelares

Ellos son los principales detentadores del poder, dinero y apoyos que el intermediario puede ofrecer a su capital electoral. Por lo que intermediarios -nombre que se les proporcionara debido a la posición que ocupan entre el político y la persona a convencer- que se dan a la tarea de conseguir más adeptos,

no importando la legalidad o ilegalidad que esto pueda implicar, todo con el fin de conquistar el poder y conseguir algún cargo público, en el caso de los intermediarios o algún recurso económico.

II. De manera que, los intermediarios o *brókeres* pueden estar dentro de un círculo íntimo, es decir, de lazos sanguíneos, de parentesco, o amistades duraderas que se encuentran empleados en los sectores públicos que buscan como fin una recompensa monetaria o algún cargo público. A cambio ellos construyen redes, que unen a todos los sectores de pobreza y tienen la habilidad de “obstruir o facilitar el flujo de las demandas, favores, bienes y servicios desde o hacia el grupo” (Auyero, 1997: 180).

Por otra parte existen los intermediarios pertenecientes al círculo externo o de lazos débiles, aunque pueden resolver los problemas que aquejan su capital electoral, sus lazos con el partido son ocasionales. El rol que cumplirán con sus seguidores será determinado por el círculo en el que se encuentren y de la etapa en la que estén (Cobilt, 2008). Esta red mediadora es indispensable para construir, articular y conquistar el voto. Los beneficios o apoyos serán fruto del balance que se tenga con el partido político –patrón- (Auyero, 2001).

Estos *brókeres* tendrán la capacidad, en algunos casos, de ser líderes vecinales y con ello movilizar gente dentro del ámbito político; serán capaces de buscar y entablar patrones políticos que les otorguen beneficios instrumentales para ambas partes y serán parte de los mercados excluyentes configurados en el medio político para poder comprar y vender votos a quien mejor los beneficie (Méndez, 1985: 15)

En el caso de los *brókeres* de la Delegación Gustavo A. Madero, las características de los intermediarios, según las entrevistas y los sondeos son:

- Mujeres que se ubican entre los 40 a 50 o más años. Esto también puede ser porque cuando una persona es mayor se le da más confianza en lo que dice, ya que puede tener conocimiento del

contexto del partido o su palabra tiene mayor fuerza de convencimiento que la de un joven, aunque no se descarta que un joven también pueda tener bases sobre lo que dice a la hora de invitar a la gente. Como mencionaron: “Son mujeres como de 40 a 50 años, son amas de casa, son muy amables, me visita constantemente, son de la colonia, solo de un partido me visitan, siempre están al pendiente de alguna necesidad que se me pueda ofrecer, si no viene una viene otra pero siempre viene. Tiene 3 o 4 años que me visitan”. No obstante. también mencionaron “es una mujer de 45 a 50 años. Apoyan a la colonia, son amables, responden a las demandas”.

- Pueden estar afiliados o no a un partido político, esto como respuesta a los apoyos que los clientes reciben o debido a que se les promete mayores beneficios.
- Tratan de estar en constantes visitas con su capital electoral debido a que el apoyo no les garantiza el voto seguro. Estas visitas son constantes y de casa en casa, con la finalidad de que la población, cliente o capital tenga presente que ellos están ahí para cualquier situación que esté a su alcance, sin importar que algunos no los reciban como otros lo hacen. El fin es que los reconozcan. Ejemplo de ello es lo que respondieron “responde a las necesidades de mi calle, visitan las casas, nos consiguen a poyos. ya tiene tiempo que nos visitan, es constante” otros mencionan “son de ambos sexos, son constantes en las visitas, apoyan a las personas. Tiene más de 7 años que la visitan”.
- Son carismáticos, pues les ayuda a tener mayor probabilidad de convencimiento.
- Buscan que el intercambio con los clientes siempre responda a necesidades básicas como la alimentación, salud, etc., con el fin de obtener mayor lealtad o que la relación sea más segura para el intermediario o a partir de los apoyos que otorgan. Estos en su mayoría son comunitarios y las amistades instrumentales solo se establecen y reconocen por la constancia y satisfacción

del cliente o capital, dejando así, a un lado la imagen y figura del partido o candidato que se quiera apoyar. La desafección y apatía por parte de los ciudadanos cada vez va en aumento lo que provoca que este tipo de acepciones sean utilizadas para satisfacer aunque sean por un momento la necesidad que ellos padecen.

Dadas estas características se infiere que dentro de la delegación existen varios tipos de intermediarios:

- Representante de algún comité vecinal.
- Coordinador de algún partido político, por ejemplo en la GAM mencionaron que “un coordinador de la zona... solo viene cuando se acercan las votaciones y cuando realizan juntas”.
- Persona interesada en la política, pero no es militante de algún partido político.
- Asociaciones civiles conformadas por los tres anteriores, asimismo estas asociaciones no sólo están dentro de la delegación sino también en otras delegaciones: como es el caso de una de las asociaciones civiles según mencionaron los entrevistados: “la asociación que creamos está aquí en Cuauhtepc, pero también está en la colonia Lindavista y la delegación Iztapalapa”, otros dirán “nuestra asociación tiene más de 40 años unos estamos en los comités vecinales y otros no”. No obstante, también mencionaron que: “mediante nosotros (asociación civiles) ayudamos a quienes no necesitan sin nada a cambio... que es la lucha social”.
- Organizaciones sociales creadas por los mismos partidos políticos.

III. Finalmente, los votantes serán aquellos que formen parte del intercambio de apoyos y benéficos. Los que posibilitarán el triunfo de una elección así como los que mantendrán activos a los intermediarios, ya que la cantidad de estos aunado a su participación determinará la posición y beneficio del intermediario por parte del partido político.

Cabe resaltar que no importando que estos tengan una participación cerrada, es decir, que sólo participen cuando el intermediario guiado por el partido lo permitan. Son los principales motores de esta triada pues ellos determinan su participación y por tanto el resultado del triunfo.

En la actualidad, a diferencia de años atrás, ya no existe una coacción física, sino una reciprocidad. Es decir que el capital electoral está consciente de que se realice este intercambio de algún apoyo, favor o demanda a cambio de otorgar su voto. Es más, en algunas ocasiones ya no es necesario que el intermediario les mencione el voto, ellos mismos lo dan como agradecimiento de lo recibido.

Una vez analizado y caracterizado a los actores de la relación informal y entendido como se conformar la acepción. Es preciso hablar de los programas sociales, quienes tienen como fin primero mejorar la calidad de vida y contribuir a la solución de problemas de la población que están vulnerables o marginados. Y fungen como medio para poder reforzar la relación informal de los políticos e intermediarios con los clientes. Por ser dirigidos a población que le aquejan necesidades básicas (salud, alimentación, apoyo económico, etc.) y que cubren aunque sea por un momento mediante estos programas sociales. Razón por la que tienden a ser frágiles al beneficiar a su población objetivo, esto es a personas con escasos recursos, y que personas intermediarias utilicen a estos programas valiéndose de su astucia para condicionar su acceso a cambio de su voto o movilización. Motivo por el cual es necesario precisar el camino de estos programas sociales, entiéndase *Tengamos Calidad de Vida*, *Apoyo Alimentario* y *Hagamos Juntos la Despensa*, en el clientelismo político, ya que su objetivo contribuir a mejorar su calidad de vida o desarrollo humano.

#### 4.3. El camino de los programas sociales en las relaciones informales

Los programas sociales *Tengamos Calidad de Vida*, *Apoyo Alimentario* y *Hagamos Juntos la Despensa* enfrentan una sobre-politización debido a que son recursos públicos que no sólo pueden ser utilizados por políticos sino también por personas que busquen algún beneficio público, como un puesto público, a través de relaciones clientelares en periodos de latencia. Aunado a que los programas son dirigidos a personas pobres y con grado de marginación. Motivo por el que los programas llegarán más rápido a manos de políticos y *brókeres* por su capacidad de movilización, que a la ciudadanía que los necesita.

Sin embargo, dadas las circunstancias de las personas a las que van dirigidos los programas, muchas veces ni idea tendrán de la existencia de las normas; de que provienen de la Delegación, en algunos casos; en otros casos, son conscientes de que los programas provienen de la Delegación. Pero aun así piensan que los *brókeres* tienen la capacidad de hacer que no sean beneficiados en adelante, por lo que prefieren entrar en el mercado excluyente y elegir un círculo que los beneficia mejor, según el sondeo realizado.

En otras palabras, y recordando lo antes escrito, el uso clientelar de los programas sociales tales como *Tengamos Calidad de Vida*, *Apoyo Alimentario* y *Hagamos Juntos la Despensa* se han ido transformando con el paso del tiempo. Sin importar los candados que le han puesto a los programas para evitar el uso informal, por las instancias mencionadas en el capítulo III y de la puntualización y precisión de las sanciones que pueden aplicarse en el uso informal de los programas sociales y de la manipulación del voto. Estos cada vez son más utilizados y condicionados por intermediarios políticos.

El uso de ellos es resultado de la falta de control por parte de las instancias encargadas de los programas; así como de especificidad de las sanciones, en las normas en el uso informal, y de la falta de información. No sólo los ciudadanos no cuentan con información de cómo ser beneficiarios sino también de la existencia de normas que castigan a toda aquella persona que condicione su beneficio.

Aunque el clientelismo político no necesariamente afecta a la ciudadanía en el debería seguir, promover los derechos políticos, sociales y civiles que tienen. Aunque su participación como ciudadano termina por ser coaccionada. Debido a que su voto es manipulado por *brókeres*, y de acuerdo a sondeos realizados a la población votante, la movilización en protesta, por ejemplo de un resultado electoral puede terminar manipulado al ser condicionado el bien necesario que le será otorgado por el intermediario. Por lo que esta participación del clientelismo fue producto de las personas que están ávidas de poder público o político. Mientras que los clientes dadas sus condiciones de pobreza y marginación se ven forzados a entrar en un mercado excluyente donde tienen que elegir un círculo que mejor responda a sus necesidades. Pero esta debilidad de la ciudadanía en cuanto a su participación va aparejada por las capacidades, iniciativas y recursos, es decir la acción del Estado.

Es decir, su participación política ha entrado en crisis en estas sociedades débiles, cuyo comportamiento fue guiado por la ambigüedad de resultados electorales, por los entramados burocráticos, falta de respuestas a las demandas de las colonias etc. que hizo de los ciudadanos mayorías limitadas inmersas en un mercado excluyentes tuvieron que elegir círculo cerrado, donde un *bróker* durante el periodo de latencia construirá una amistad instrumentalizada de reciprocidad que culminara con el voto o movilización del mismo.

#### 4.4.1. Consolidación o retroceso de la participación

La importancia de dedicar este apartado a la participación política de los ciudadanos es porque se concibe como un mecanismo que permite reducir y procesar la complejidad de las demandas sociales y económicas que han de ser atendidas por el sistema público en su conjunto. Y es tomada como actividad y/o proceso mediante el cual los individuos se integran en una determinada comunidad política a través de su libre ejercicio de derechos y deberes. Así para Álvarez (2004) esta participación

es una sociedad en movimiento, con grupos de la sociedad que inciden de una u otra forma en la toma de decisiones de asuntos de interés público o en aquellos que corresponden al bienestar social.

En consecuencia la participación política es entendida como un campo donde se construyen, refuerzan y se ritualizan las identidades colectivas como lo son los partidos políticos, redes de poder y los movimientos sociales con el fin de vincular la relación entre lo público y lo privado exigiendo y representando demandas ciudadanas (Incháustegui, 2002). Según Espinosa (2006) la participación política busca influir en las decisiones y estructura de poder del sistema político, es decir que pretende incidir en la toma de decisiones que constituyen el orden de la política y de las políticas públicas. Finalmente para Álvarez (2004) esta participación se cumple con la solidaridad en el ámbito de un Estado, una clase, o de un sistema de intereses dominantes.

Por ello, la participación se fue dando como una crítica a la forma de ser ciudadano pasivo y se propone como solución de la democracia fracturada. La participación será entonces tomada como una virtud del ciudadano responsable. Así, “participación política puede definirse como toda actividad de los ciudadanos dirigida a intervenir en la designación de sus gobernantes o a influir en la formación de la *política* estatal. Comprende las acciones colectivas o individuales, legales o ilegales, de apoyo o de presión, mediante las cuales una o varias personas intentan incidir en las decisiones acerca del tipo de gobierno que debe regir una sociedad, en la manera cómo se dirige al Estado, o en decisiones específicas del gobierno que afectan a una comunidad o a sus miembros individuales” (Conway, 1986: 11-25).

Esta participación política llevada a la práctica puede verse, por ejemplo, al votar por el jefe de la Delegación Gustavo A. Madero para el periodo 2009- 2012, donde cada ciudadano vota por el partido que ha electo y de acuerdo con el voto la participación se distribuye de la siguiente manera:

Cuadro 6. Votación por rangos de edad

GRUPO DE EDAD	Total de población	%	Lista nominal Total	Votantes Totales	Participación Total
20-24 años	104,548	8.8	109,160	32,677	29.93%
25-29 años	97,940	8.2	115,756	33,281	28.75%
30-34 años	102,400	8.6	117,610	37,077	31.53%
35-39 años	93,691	7.9	124,528	44,439	35.69%
40-44 años	82,959	7	109,238	44,269	40.53%
45-49 años	70,388	5.9	97,395	43,795	44.97%
50-54 años	59,836	5	80,106	39,287	49.04%
55-59 años	45,901	3.8	62,478	32,780	<u>52.47%</u>
60 años y más	131,699	11	190,094	95,713	<b>50.35%</b>
No especificado	24,092	2			
<b>TOTAL</b>	<b>813,454</b>	<b>68.18</b>	<b>1,006,365</b>	<b>403,318</b>	<b>40.05%</b>

Fuente: Tabla de elaboración propia con datos del IEDF de las elecciones para jefe delegacional en 2009

Para los resultados de participación obtenidos por el IEDF en las elecciones para Jefe Delegacional del periodo 2012-2015, pudieron ser fructíferos ya que de una participación del 40.08% en 2009, se pasó en 2012 al 65.67% de la participación; lo que puede hablar de que el trabajo de los intermediarios fue fructífero dado que su trabajo durante el periodo de latencia funcionó para que las personas que están en un círculo participaran, sin embargo no se pueden olvidar varios puntos:

1. Que la población de periodo a periodo electoral aumenta y cambia los rangos de edad;
2. O que el resultado puede estar ligados a que en ese periodo se presentó la elección presidencial por lo que pudo haber influido en que los intercambios sean más fuertes o de más valor para los que participan, con el objetivo de que no solo voten o movilizan en tal periodo electoral del Jefe Delegacional, sino también en las elecciones federales.

Es decir la presencia de diversas circunstancias aunado a una desafección política en la ciudadanía está haciendo que los resultados electorales sean volátiles y que no se pueda determinar de qué manera pueden votar los ciudadanos. En todo caso la participación enfrenta graves problemas de identidad ya que esta participación plena, obligatoria y responsable presenta crisis de valores y requiere de mecanismos de participación apoyados por instancias competentes que motiven su credibilidad y buen funcionamiento.

Ahora bien retomando lo dicho en el cuadro de la votación por rangos de edad, la “mayor participación” proviene de los 55 y más años, los cuales rebasan el 50 % de participación, a diferencia de los demás rangos de edad que se encuentran por debajo de este porcentaje. Sin embargo, como se puede ver la participación es nula por parte de los demás rangos de edad; como el caso del rango de 25- 20 años de edad los cuales presentan un porcentaje de participación del 28.75% del total de esa población, en seguida les siguen los de 20 a 24 años con un porcentaje de 29.93% de participación y así se siguen las demás edades. Lo que implica que al sumar todos los porcentajes nos damos cuenta que el total de la participación de la ciudadanía es de 40.08%, esto quiere decir que menos de la mitad de la población en la delegación GAM vota.

Los factores que influyen en estimular o desalentar la participación política de los ciudadanos son resultado no sólo del grado de marginación de la vulnerabilidad de las personas en general, sino, como ya se dijo del complejo desarrollo de las elecciones, su ambigüedad, falta de veracidad en los resultados y sumando a ellos falta de respuestas a sus demandas y las fallidas promesas de los políticos producen esta desafección política.

Si se da cuenta de quienes son los que participan más y de las personas más protegidas en los programas *Tengamos Calidad de Vida*, *Apoyo Alimentario* y *Hagamos Juntos la Despensa* se demuestra que quienes participan más son los rangos donde se encuentran las personas de la tercera

edad y quienes además son la población que más existe en la Delegación. Así también es la población más beneficiada en los programas sociales.

Con ello podemos inferir que al ser la población más grande de la delegación, en muchas ocasiones la más vulnerable no sólo por sufrir alguna discapacidad sino por su condición física o rechazo de su familia, es el blanco perfecto para los intermediarios; sumado a que, por ejemplo, si una persona es discapacitada o presenta problemas que impida que ella misma pueda efectuar su voto es ayudada por un “familiar” y con ello corre el riesgo de que su voto sea coaccionado y no se visible dentro del módulo para vota. O que también por condiciones de marginación estos tengan que recurrir a la búsqueda de apoyos sea donde sea. Esta situación, conlleva a que sea más fácil que entren en el mercado excluyente y que por ende formen parte de algún círculo, y por tal motivo se vuelvan una mayoría limitada.

En los rangos de edad de 40 a 50 años en donde actúan los intermediarios, los que más participan son las mujeres, pues su porcentaje de participación se ubica entre el 40 %y 49%, mientras que los hombres sólo participan entre el 35% y el 40% de esa población, según resultados de IEDF de 2009; si se retoma la descripción de las características de los intermediarios se observa que las mujeres son quienes participan más, pero también son las que mayormente fungen como *bróker*. La participación de ellos dentro de las relaciones clientelares siempre es por la búsqueda de poder político, más allá del sólo beneficio al prójimo. Y el hecho de su poca participación en elecciones se da a partir principalmente por la desafección política como ya se mencionó, aunque no se escatima que pudieran existir otras razones diversas. Este rango de edad es menos vulnerable no por las circunstanciadas de los rangos de edad donde se encuentran las personas de la tercera edad, sino porque si bien se puede ver su edad les permite un poco más de movilidad para adquirir un beneficio o intercambio.

En los rangos de 20 a 39 de edad la participación es escasa, principalmente en los de 25 años 29 con un 28.75%. En general estos no rebasan el 35%, lo que quiere decir que más del 60% de la población no está participando. Esto porque su desafección política es mayor que la de los rangos de edades anteriores. Y su influencia puede partir de la educación. Ahí se puede ver que de acuerdo con encuestas realizadas el mayor abstencionismo proviene de estos rangos de edad: las principales respuestas a tal acción es porque si comprenden el termino clientelismo y lo que implica. Aunado a su capacidad de comprensión de las relaciones clientelares saben que pueden recibir el beneficio y que una vez obtenido ellos pueden votar al final por quien ellos deseen, pues dado que no existe una legalidad en ellas no hay manera de que los obliguen a votar o a llevar a cabo el intercambio.

Aunado a esto, podemos decir que los jóvenes se sienten decepcionados por la ambigüedad de los resultados de las elecciones no creen en la política y por ello prefieren abstenerse de votar, pues para ellos su opinión no cuenta, sino que sólo cuenta lo que digan los que tienen el poder. Por otra parte también se puede agregar que parte de esta población se encuentra dentro de núcleos familiares. Lo que implica que al no tener necesidades básicas no necesitan buscar de apoyos externos como los otorgados por las clientelas políticas, pues quienes se encargan de ellos con los padres. No obstante es claro que ningún rango de edad está exento de participar dentro de estos círculos cerrados que debilitan la participación.

Por ello se puede decir que el tipo de cultura política que cada ciudadano adopta para sí, determinará al ciudadano. Es por eso que de acuerdo con el análisis de la investigación se puede inferir que los ciudadanos tienen un tipo de cultura asistencialista, que se asocia a sus afinidades electivas con la disposición a mantener actitudes favorables hacia las prácticas asistenciales desde el poder y contrarias a la participación. Lo que en ocasiones puede preservar al fenómeno de clientelismo (Moreno: 2003). Porque dado el escenario en que se encuentran los ciudadanos, se ven obligados a

entrar en un mercado excluyente donde por sus circunstancias socioeconómicas se ven obligados a entrar en relaciones de clientela, convirtiéndose en mayorías limitadas, porque quienes los controlan son apenas unos cuantos que valiéndose de su capacidad de movimiento para cubrir necesidades básicas de los ciudadanos, se aprovechan y obtienen poder sobre ellos coaccionándolos, aunque ya no de manera física, pero si psicológica. Es por eso que los ciudadanos se convierten en clientes o capital electoral para intermediarios que buscan poder público en relaciones clientelares.

#### 4.5 El papel de los comités vecinales

Mediante encuestas semi-estructuradas me propuse entrevistar a los representantes de los comités vecinales con el fin de saber cuál es el papel que verdaderamente tienen frente a sus vecinos y más aún si existen personas externas que movilizan a los comités o solo se rigen por lo establecido por las normas que acompañan a los representantes en cada periodo, en este caso la *Ley de Participación Ciudadana del DF*.

La importancia de entrevistar y analizar sus planteamientos se debe a que siendo representantes de cada colonia de la delegación de la GAM el objetivo de su creación es hacer que las demandas que tiene su colonia sean resueltas a través de estos representantes, sin embargo las respuestas a esas demandas se ven coaccionadas por relaciones informales que la Delegación ignora, pero que los vecinos reconocen y uno de los objetivos de los comités es acercar los programas sociales que requiera su colonia según sus necesidades. Empero ser beneficiario implica coacción por los mismos representantes de los comités debido a los programas analizados dadas las características que presentan para ser beneficiarios y las características de la Delegación, hablando de los procesos electorales y de las condiciones de vida en las que se encuentra casi la mayoría de su población, requieren que sean promovidos de manera directa, es decir que la información de los programas sociales les llegue hasta su

colonia, ya que en muchos casos los futuros beneficiarios ni están enterados de su existencia, no tienen la oportunidad de ir a la Delegación o en cierto extremo ni idea tiene que existen módulos de información o no los saben buscar por internet.

La Delegación Gustavo A. Madero se ha caracterizado por la pluralidad partidaria que comenzó a desprenderse con la derrota del dominio del partido hegemónico que durante años gobernó, y se inclinó esta Delegación, por un gobierno de izquierda hasta la actualidad. Esta pluralidad trajo consigo otras formas de acepción informal compleja que posibilitó la eficacia del voto y de las respuestas a las demandas y soluciones de los problemas que pedía la población: y junto con la participación de los comités vecinales, quienes a partir de 1997 comenzaron a formar parte de la intermediación entre la delegación y sus colonias de residencia.

Son 226 los comités vecinales que conforman la delegación. Cuenta con 136 secciones electorales y un padrón de 246,503 votantes. De los cuales sólo 120,944 hombres y 128559 mujeres, según datos del IFE. Del total de la población sólo el 40.05% vota y el 59.95% se abstiene de hacerlo.

Frente a esto, se infiere que existe muy poca participación, o lo que es peor, que existe un gran abstencionismo en las votaciones, provocada por la apatía política que cada proceso electoral va dejando al no precisar los resultados de manera objetiva, como para que se puedan acreditar y defender. Sin embargo, las personas electas en cada colonia no importando la escasa participación, ellos tienen que representar a su colonia. La presencia de estos comités vecinales ha servido a la Delegación como intermediario entre lo que aqueja a las colonias y en lo que ella puede hacer para resolver, aunque no siempre es satisfactoria esta respuesta.

La actividad política de estos comités vecinales puede diferenciarse de dos maneras, según datos recopilados en las entrevistas:

1. Los representantes son militantes de un partido que a través del tiempo se han ido formando como resultado de las pocas respuestas del gobierno que estuvo por muchos años en el poder; aunque esta militancia no rebasa los 10 años, sino que más bien, según comentaron, se da en torno a las respuestas que cada uno logra dar en los beneficios otorgados a las colonias y que es el momento cuando la delegación les obliga a dar cuenta de sus resultados. Por lo que su función y gestión, de acuerdo con los resultados de las encuestas sólo se refleja cuando ellos tiene la obligación de responder legalmente como representantes de colonia. Algunas personas comentaron: “mucho de las personas que se dicen hacer lucha social, no hacen nada, más cuando la Delegación se los pide, y eso que tiene mucho años” otra persona expreso que “en ocasiones los que supuestamente son representantes de la colonia ni ven por ella nada más porque se les dice hacen el trámite de lo que les falte y de mala gana solo por cumplir”.
2. En cuanto a las segunda, son personas que tienen más de 25 o 40 años fungiendo como líderes, y que a su vez han fundado redes o grupos denominados de “lucha social” (asociaciones civiles) pues no esperan nada a cambio más que ver a su colonia en buenas condiciones; como lo comentaron varios entrevistados: “nuestro trabajo es la lucha social, ayudamos a quienes lo necesitan sin nada a cambio, tenemos más de 35 años trabajando, como lucha social y 30 años en la política y estamos afiliados desde el inicio del PRD”, “todos nuestros vecinos saben quiénes somos, que trabajamos para ellos desde hace 26 años”.

Empero, cabe mencionar que estas redes aunque suelen ser informales no sólo se mantienen en sus colonias aledañas, sino también a delegaciones, como Iztapalapa, donde mantienen una comunicación para buscar formas de apoyar a sus vecinos: “nuestra lucha social no se cierra a nuestros vecinos, somos más que representantes de nuestra colonia”. No obstante, también mencionaron que: “ya que

representantes de las colonias de nuestros vecinos no responden nosotros los ayudamos en lo que quieran”.

Para este caso, sus principales funciones serán gestionar apoyos, mantener la comunicación entre los vecinos para cualquier problema, según la *Ley de Participación Ciudadana del DF* “por las injusticias, creando talleres para toda la comunidad sobre temas relacionados con la política, la sociedad o cursos interactivos”, mencionaron la mayoría de los entrevistados. Estas personas tienen mucha experiencia y saben qué hacer cuando la Delegación no les responde: Por ejemplo al preguntar que hacían si la Delegación en un dado caso no les resolviera lo que ellos habían solicitado, responden “y... si no nos hacen caso en la delegación, yo ya sé que hacer, que leyes ver y así tengo lo que necesite para mi colonia”, “ya tengo experiencia y sé que es lo que tengo que hacer” en el caso de los representantes de las colonias.

Para saber qué impulsa a participar en estos comités vecinales se infirió, de acuerdo con las entrevistas, que estas personas participan por diferentes circunstancias, algunas suelen ser personales como menciona una de ellas: “hace años que tuve un problema y cuando pedí apoyo no me lo dieron y como me gusta ayudar a los demás que están igual que decidí afiliarme al PRD y estoy trabajando en la lucha social”. Además no les gusta la forma de actuar de la delegación, ejemplo de ello es la respuesta de uno de los entrevistados: “no me gusta la forma de proceder de la delegación así que yo sabiendo de todos los tramites que se hacen me puse a ayudar a mis vecinos y a otros que lo necesitan”. Algunos más lo hacen por herencia -aunque no precisamente en el mismo lugar de residencia que los representantes tienen: “hace 25 años que me mude a Cuauhtepc mi familia también apoya a la gente y como a mí me gusta, desde que me mudé, ofrezco mi ayuda”, o simplemente porque les gusta ayudar a la gente.

La construcción de un diálogo es importante y la participación de los vecinos mucho más, por ello se elaboran talleres, se buscan consensos con programas sociales que puedan ayudar, así también se elaboran juntas cada ocho días regularmente, o según lo establezcan los representantes de cada comité, para mantener comunicación y para saber qué es lo que pasa en el entorno de las colonias. En muchas ocasiones los comités no tienen la posibilidad de estar al pendiente de todo al mismo tiempo. En ese sentido uno de los entrevistados menciona: “aquí en el mercado tengo un lugarcito y cada ocho días invito a todo mis vecinos y a otras colonias a que vengan, yo busco talleres de política, salud, hago festejos de día del niño, de las madres, etc. para que todos ellos, y también trato de traer a personas de la delegación para que ellos mismo le digan sus necesidades, a los jefes de cuadrante”.

Por otra parte, al estar ya ubicados como representantes, los mismos vecinos acuden a ellos. Los vecinos en su mayoría acuden por diversos apoyos a los comités y cuando ellos los necesitan estos también corresponden. En otros casos, muchas veces la gente no reconocen a los comités o estos mismos hacen caso omiso a las demandas de sus vecinos.

Es importante resaltar que los puestos de los representantes de comités vecinales, muchas veces de los nueve integrantes que inician terminan cinco o seis, debido a que la retribución que les dan en algunos casos es muy poca y su trabajo requiere de mucho tiempo. La forma en la que la mayoría se hizo representante fue porque sus vecinos lo eligieron o en otras ocasiones por su trayectoria y su lucha social que puede tener una coyuntura, pues unos miembros de los comités tienen dentro de ellos más de doce años y en algunos casos han sido coordinadores dos veces, contrario a lo que se estipula dentro de la *Ley de Participación Ciudadana*.

Limitarse a sus funciones para estos últimos no es común pues siempre buscan la manera de tener bien a sus vecinos o al menos en lo que se pueda, siempre están buscando apoyos, por ejemplo becas para los niños que pueden durar desde el kínder hasta la primaria o apoyos para desempleados,

aunque no siempre los consiguen directamente de la delegación, pues si no eres a fin con lo que buscan no eres apoyado, comentaron en la entrevista, para estos casos ellos ya tienen y saben qué hacer para lograr los apoyos que buscan, ya que aunque unos no tienen carrera o esta trunca tienen conocimiento de los artículos que les pueden servir para lograr el apoyo.

Para otros representantes de la Delegación apoyar a los vecinos se da sólo a través de ella se obtendrá los recursos, eso es lo que dicen; con base en esto se pueden identificar tres tipos de representantes:

- Los que hacen caso omiso a las demandas y buscan su bien común con la delegación;
- Aquellos que tienen mucho tiempo liderando las colonias y son autónomos;
- Los reservados, personas o representantes que no hacen nada por su colonia.

En cuanto a los primeros son aquellos que más que buscar el bienestar de su colonia buscan un interés particular, la relación que se establece es mutua, menciona un entrevistado: “mientras los representantes hagan lo que la delegación les ordene ella les corresponderá; y les da cargos pequeños que van de los 6 a 7 mil pesos al mes: ir en contra de lo que les mande sería el cese de su cargo... por eso si los entrevistas ellos no te dirán nada de cómo son las cosas porque no les conviene”. Cabe mencionar que no indicaron en qué consistía este cargo. Aunque, si se puede describir su función real y en la cual ellos intentan hacer que sus demandas lleguen a la delegación sin embargo los resultados siempre son incompletos o inciertos, un ejemplo que mencionaron en la entrevista es el siguiente: “alumbrado público mientras nosotros como comité vecinal cotizamos un poste en \$5000 pesos, la delegación al ponerlo o mandar a que lo pongan nos cobra en 10,000 pesos del presupuesto participativo”. Sin embargo, al preguntarles si buscan más alternativas con los grupos políticos ellos

mencionan que “los partidos son cerrados y no dejan que externos como nosotros entremos a su grupo”, por lo que los apoyos únicamente se obtienen gestionándolos con ellos.

En la actualidad, según mencionaron los entrevistados, la mayoría de los comités vecinales apoyaron a la ahora Jefa Delegacional Nora Arias y por ello han obtenido en los casos de aquellos que no tienen cargo público un pequeño sueldo como retribución a su trabajo, según mencionaron los mismos representantes de los comités al entrevistarlos, y por supuesto en respuesta a la planilla que entregaron para el triunfo del político. Destacan una frase en la mayoría de ellos sin aceptar su vínculo político con el partido esta es que “el gobierno sin presencia no hay corresponsabilidad”, es decir no hay apoyo mutuo- entre comités vecinales y gobierno.

Los segundos son líderes que como ya se mencionó, tienen mucha experiencia que los hace tener una mancha controladora sobre las colonias enormes pues no sólo llegan a controlar su colonia sino otras más.

En algunos casos los líderes se mantienen como integrantes del comité para poder perdurar por más tiempo dentro de ellos; en otros casos no importa tanto su inscripción legítima ante la delegación, ellos siguen moviendo o controlando a los nuevos integrantes del comité, así sigue perdurando su poder sobre las colonias, pues para ellos sino tienes contactos dentro de la delegación y donde quiera no podrás obtener los recursos que requieres.

Aceptan, a diferencia de los primeros, que el uso de planillas es muy importante pues de él depende el apoyo retribuido de los políticos hacia los comités, entre más planillas tengas puedes obtener un puesto público: “todos sabemos que los partidos son cerrados y si queremos entrar tenemos que entregar una planillas, entre más grandes sean más fácil es que tengamos su apoyo o que nos tomen en cuenta”.

La gente o los vecinos ya saben que se deben buscar apoyos en los políticos pues saben que sólo así podrán tener recursos materiales para su colonia, en palabras de uno de ellos: “la gente ya sabe que hay que buscar y ellos mismos me preguntan qué apoyos hay y a quien se debe apoyar, por lo que sin contactos y planillas difícilmente obtienes programas de apoyos. Aunque destaca que ellos son autónomos y que no necesitan estar bajo el control de la delegación, pues su experiencia les ha enseñado a defenderse, así menciona: “nosotros sabemos de los artículos, procedimientos y trámites que hay que hacer para logran obtener lo que buscamos”.

Una característica más de estos representantes es que son la base de los demás integrantes que están iniciando como coordinadores del comité, en otras palabras, ellos mismos forman sus comités a intereses para no perder el control de las colonias.

Y los terceros son aquellos que pueden formar parte de los segundos o primeros pero con presencia nula dentro de los comités. La deserción de los representantes se debe a que según ellos comentan, no existe un sueldo fijo, pero si mucho trabajo. Aunque también puede ser por la diferencia de ideales que tenga cada integrante de comité. Por lo que poco a poco se van saliendo hasta quedar cinco, seis o siete integrantes. También se marcan las elecciones como punto de fragmentación dentro de los comités, pues mientras unos buscan un interés otros desean no hacerlo y es cuando los comités comienzan a quedarse solos, y vuelven los líderes viejos al control de ellas. Debe resaltarse que en muchos comités tanto los coordinadores como integrantes de comités se han salido, por lo que en la actualidad son pocos los representantes a cargo de su colonia, no solo por el número de integrantes, sino precisamente por la deserción.

La participación de los comités en muchos casos termina siendo gris, en otras palabras, son los ojos invisibles o representantes que hacen muy poco caso a las demandas de su colonia; en este caso podemos encontrar a los representantes que gestionan sus demandas y programas en la delegación pero

que sin embargo los resultados son escasos y su insistencia es muy poca, pues como algunos mencionaron, es un acuerdo de los representantes con la Delegación: Ya que si no lo hacen así pueden quitarles su apoyo o su cargo público que les dan, es decir por miedo a perder esto ellos prefieren mantenerse interesados en su colonia, pero fieles a lo que les diga la delegación.

Cabe mencionar que el inicio de su puesto o apoyo nace del número de integrantes de la planilla que los integrantes de comités presenten con algún candidato, aunque ellos no acepten el vínculo que se estableció de esta manera.

Siguiendo este análisis dentro y a la par de los comités existen personas con mucha más experiencia que pueden estar como integrantes, ya que en algunos caso pueden tener ya dos periodos dentro de los comités, como coordinadores o que están cerca de ellos para, como mencionaron ellos, guiarlos pues no saben cómo se maneja la gestión de los comités, aunque por otra parte debido a su experiencia no es necesario estar dentro de los comités ellos pueden seguir trabajando.

Y el tercer tipo de representante se puede encontrar como el coordinador o integrante pero quien realmente gestiona es otra persona. Buscar acepciones con los candidatos es importante, aunque no determinante pues aunque no gane la persona que ellos apoyaron saben qué hacer para lograr apoyos para su colonia, aunado a que entre sus vecinos buscan hacer talleres o actividades para la buena comunicación entre vecinos; cabe mencionar que pueden tener control de otras colonias aledañas y son integradas a las actividades que realizan.

Resulta paradójico que por lo menos uno de los entrevistados ha sido coordinador por dos periodos seguidos, y contrario a lo que se estipula en el artículo 92, de la *Ley de Participación Ciudadana*. Sin embargo para ellos esto es el resultado del entramado institucional que ha buscado preservar privilegios y que ha operado en un entorno caracterizado por la desigualdad, de desarrollo y la ampliación desmedida de las elites políticas que refuerzan, mantienen y legitiman las prácticas de

desigualdad y privilegios, es decir de su cultura política asistencial. Lo que a su vez se asocia con sus afinidades electivas con la disposición a mantener actitudes favorables hacia las prácticas asistenciales desde el poder y contrarias a la participación cívica, lo que en ocasiones puede preservar al fenómeno clientelismo (Moreno: 2003)

Por consiguiente no puede existir una consolidación de la participación política, sino existen verdaderos individuos interesados en ser ciudadanos, es decir que ejerzan sus derechos, civiles, políticos y sociales. Menciona Alguacil (2003) que el refuerzo que se debe producir en la asociación de las categorías de derechos ciudadanos junto a la incorporación de los derechos republicanos, incorpora la perspectiva de la (auto) gestión de los *bienes públicos*. De tal modo que el sujeto sólo accede a una ciudadanía plena si es capaz de crear, (re)definir, descubrir y (re)construir derechos, deberes y alternativas. “El derecho a (auto) satisfacer las necesidades humanas, el derecho a (re)definir los derechos de ciudadanía, es lo que se podría considerar como una quinta generación de derechos que de forma transversal articulan la ciudadanía y la democracia. La *galaxia auto*: autonomía, autogestión, auto-organización son una seña común de identidad (identidad de identidades)” (Alguacil, 2002). Así también saber interactuar en función de reglas y normas que se establecen jurídicamente en una asociación de individuos. Sin embargo, actualmente las personas son individualistas y antes de formar parte de una asociación ven por sus intereses propios, lo que implica que puedan llamarse verdaderos ciudadanos y más aunque puedan ejercer una plena participación política.

Es por eso que hablar de consolidación sería erróneo, ya que el ejercicio de la participación en su eje político marcha en función del perfil ciudadano que cada país desarrolle. Por lo que de acuerdo con los antecedentes, la forma de gobierno podría describir un proceso de avance en cuanto a la libertad no sólo de expresar opiniones, sino de tomar decisiones públicas-colectivas que produzcan bienestar social y además un libre ejercicio de su derecho político hacia cualquier candidato.

Contrario a esta es la realidad de la sociedad y de cada uno de los ciudadanos que la habitan. En ella, se puede ver que aunque teóricamente se habla de un proceso de desarrollo y de alternancia, en cuanto a la participación esta última siempre termina siendo precaria y ambigua, toda vez que como ya se vio los resultados de elecciones, siempre son complejas. Esto porque aunque el abstencionismo abarca más del 50%, de los que si votaron habría que ver quienes de verdad votaron de manera autónoma y no mediante una coacción, teniendo en cuenta que la Delegación Gustavo A. Madero, además de ser la segunda más poblada, también cuenta con altos índices de marginación, por lo que según es un factor determinante para el proceso de manipulación y coerción del voto. Aunado a que aunque actualmente los intermediarios han utilizado portafolios sofisticados que les han posibilitado más recursos y medios, como los programas sociales, para ejercer algún tipo de manipulación psicológica más segura.

Por otra parte, no se llamaría retroceso de la participación, ya que aunque los ciudadanos no la ejercen como deberían ser, si la llevan a cabo, más bien existe una crisis de los valores de la participación, puesto que existen terceras personas que desvían la plena participación de los ciudadanos, como el clientelismo político. En términos frívolos podría decirse que clientelismo tiene una funcionalidad positiva. Porque aproxima al ciudadano al Estado, pues ofrece soluciones medias que intentan resolver el conflicto, para que como resultado favorezcan a un partido Lezcano (2003; 6) o que el clientelismo funcione como intermediario del Estado y la sociedad, una vez que el ciudadano lo concibe como una forma de acercarse a la toma de decisiones u obtenga una respuesta eficaz y concreta en la satisfacción de sus necesidades, por parte del Estado, y entonces la participación política condicione, ya que en la práctica de este fenómeno clientelista es intercambiar bienes o el uso de recursos públicos como lo son los programas sociales a través de condiciones que por la práctica que se da actualmente en la cotidianidad del ciudadano se vuelven recíprocas y no condicionadas.

Entonces “el clientelismo no conduce ni a la democracia ni a la modernización” (Fenoglio, 2007, Lezcano: 2003) y mucho menos a una consolidación de la participación. Por el contrario, obstaculiza la puesta en práctica de políticas que ayuden a eliminar estas prácticas clientelares; por el contrario lo único que hace es que “desalienta la participación política, la atomiza, le quita autonomía y por lo tanto tiende siempre a mantener el *status quo*” (Fenoglio, 2007: 20).

Puesto que el clientelismo político ha logrado un rol central en la legitimación del control de las personas a través de las políticas sociales (Trotta, 2003) ha fomentado la ruptura de la motivación del ciudadano entre la sociedad civil y sociedad política- instituciones es decir la *democracia impolítica* (Rosavanllon, 2009). Asimismo “el clientelismo político atempera la frialdad entre el estado y la sociedad por lo que el ciudadano concibe la práctica como forma de acercarse a la toma de decisiones, le da sentido a su participación política, pues con el apoyo obtiene respuesta a su demanda” (Lezcano, 2003: 12)

Desafortunadamente el proceso de cambios políticos durante los últimos años no ha generado transformaciones en las prácticas políticas informales. Por el contrario estas se han definido aún más en el clientelismo político como vía a la obtención de beneficios mutuos, por lo que se inducido a la ciudadanía en una participación restringida o condicionada para su ejercicio político. Por ello, “el ejercicio de la ciudadanía quedó circunscrito a periodos electorales; posteriormente, el ciudadano aparece sin capacidad deliberativa, queda como simple espectador, en una democracia reducida a un conjunto de formas procedimentales delegatorias de toda soberanía” (Estrella, 2005: 140), puesto que ellos solo ejercen o no su derecho a partir de lo que el intermediario les indique. El Estado se erigió sobre la base de un ejercicio de gobierno discrecional, más allá de la norma, sustentada en prácticas personalistas y patrimonialistas, y en un aparato administrativo desestructurado e insuficiente de recursos para el diseño propicio y la operación eficiente de las políticas públicas en cada uno de sus

órdenes y niveles de gobierno. Constituido en relaciones voluntarias y favores hacia los ciudadanos

(Estrella, 2005)

## Conclusiones

Durante casi más de dos siglos- XIX- XXI, las relaciones informales han estado presentes en la vida de los ciudadanos, aunque en sus inicios este fenómeno era coaccionado obligando a cumplir si o si el intercambio. Con el tiempo estas acepciones se han ido transformando y sofisticando en sus métodos empleados para llegar a ser lo que hoy se conoce como clientelismo político. Y con ello formar parte de la vida cotidiana de los ciudadanos. Mediante un arreglo jerárquico, con lazos basados en diferencias de poder, control, dependencia, particularistas y difusos.

Que se establecen en el intercambio simultáneo de dos tipos diferentes: por una parte para los *brókeres* será de manera instrumental (políticos o económicos); y por la otra, para los clientes el intercambio del clientelismo político de recursos y servicio que se dan a partir del uso informal de los recursos públicos, es decir de programas sociales, como el caso de los programas *Tengamos Calidad de Vida*, *Apoyo Alimentario* y *Hagamos Juntos la despensa*. Es decir, es una relación clientelar de dominación, compleja y anclada, toda vez que los clientes son condicionados para votar. Se caracteriza por la resistencia, al entretejer lazos dentro de las “redes solidarias” (programas sociales) y la “gratitud” de aquellos que son beneficiados; y por la particularidad que conlleva cada círculo político dentro del mercado excluyente donde se encuentran inmersas estas relaciones de clientelismo político.

En otras palabras, este fenómeno en la actualidad sigue condicionando la decisión del ciudadano que este dentro de algún círculo cerrado. No importa que las personas salgan de un círculo y entren a otro al final su voto estará condicionado por uno u otro intermediario. Es decir que los clientes aunque escaparan de la manipulación de un círculo, entrarían a otro, por razones como: el intermediario que le da más beneficios, el intermediario cumple con lo acordado, etc. Al final de este entramado el ciudadano es condicionado por su voto y el beneficio que necesite. Recordando que las características

de los clientes son de pobreza y marginación lo que conlleva a que si un *bróker* no les otorga lo que necesiten ellos tendrán que buscar otro círculo. Aunque también existen los ciudadanos que por estas características y falta de información, no sólo de los programas sociales, sino también de sus derechos terminen por quedarse en un sólo círculo, intercambiando su voto o movilización.

Estas relaciones de clientelismo político no han nacido de la nada, ni mucho menos han logrado transformarse porque sí. Todo esto proviene, entre algunas de las circunstancias o situaciones, que se mencionaron en el IV capítulo de la falta de recursos necesarios para la población; de la falta de respuesta a sus demandas; incumplimiento de promesas políticas, entramados burocráticos, etc., hacia los clientes. Convirtiendo a la ciudadanía en una mayoría limitada, la cual tiene que buscar opciones extras para poder cubrir alguna de sus necesidades básicas.

Con esto me surge la pregunta ¿Dónde queda la democracia vista como aquel sistema de vida fundado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo? Según se menciona en el Artículo 3º, Fracción II, inciso A, de la *Constitución Mexicana de los Estado Unidos Mexicanos* (2013). La democracia parece estar fracturada, ya que según lo analizado en esta investigación, por más candados que le ponen a las políticas públicas para no ser un blanco de relaciones informales, terminan afectando directamente a los ciudadanos, debido a algunas de sus características socioeconómicas, el entramado burocrático, la falta de información de los programas sociales, etc.. Al parecer existen muchas dificultades para que las personas de bajos recursos puedan adquirir un recurso público que cubra sus carencias. Y aunado a ello la existencia de otras personas en su vida cotidiana que les ayudan a cubrir aunque sea por un momento sus necesidades, mediante los programas sociales que tienen como finalidad una condición o lo que sería lo mismo en esta relación un intercambio recíproco, en el cual dan su voto por cierto partido a cambio del recurso público que soliciten.

Se infiere que las debilidades conscientes que el gobierno presenta en el órgano institucional en sus métodos empleados para la participación política de la ciudadanía o el acceso a los programas sociales; el clientelismo político mediante su habilidad eficaz e instrumentalista a través de la compra de votos, el uso informal de las políticas sociales y puestos públicos ha logrado formar parte de la vida cotidiana de la población. Llegado el día de otorgar el sufragio, su trabajo latente les resulta, en la mayoría del tiempo, fructífero. Este voto de la población que otorga formará parte de una movilización positiva, es decir, que el voto ayudara a un partido político a ganar una elección o mantener su presencia política en las elecciones posteriores. Inclusive este puede movilizarse a otro lugar donde se estén llevando a cabo las elecciones, sin importar que esta clientela o capital electoral no radique en la Delegación; y negativa porque la clientela no votará por el partido, esto según le convenga y beneficie al intermediario y en algunos casos al patrón- intermediario.

Resultando una acepción compleja entre patrón- *bróker*-cliente y con ello una gradual desafección política, como se mostró en el capítulo IV, de todo aquellos inmersos en los círculos cerrados que los intermediarios han creado, principalmente los que tienen un nivel socioeconómico bajo o con un grado de marginación; y por lo tanto eliminan la idea democrática planteada en el sistema político y acrecentando la idea de una cultura política asistencialista

Como se mencionó se requiere saber el estudio de caso, especificar de qué tipo de clientelismo se habla, los actores que integran la relación, etc., así como también describir el lugar. En otras palabras, el camino del clientelismo político es complejo y largo; y dadas las características que puede llegar a tener, es imposible referir un concepto exacto.

Dentro de la GAM, en el proceso de elecciones se puede concluir que es muy volátil y los resultados para los votantes tienden a ser ambiguos dadas las condiciones en las que las elecciones se desarrollan y los resultados que se presentan. Es decir dentro o inmersas en acepciones complejas que

crean desafecciones políticas en los votantes. Aunque por supuesto esto no sólo es por cómo se da el proceso electoral, sino también por falta de respuesta a las demandas por parte del gobierno y de los políticos que incumple con sus promesas políticas. Por ello mientras no existan normas e iniciativas que garanticen la veracidad de los resultados, el mercado excluyente en el que ahora se encuentra esta mayoría limitada que es la ciudadanía, no existirá confianza en otorgar el voto libremente, y por ello tendrán que recurrir al intercambio clientelar, que además de otorgar un beneficio público está al pendiente de las necesidades que tenga y que el intermediario pueda cubrir.

Con esto los programas *Apoyo alimentario*, *Hagamos juntos la despensa* y *Tengamos calidad de vida*, corren el riesgo de ser condicionados su acceso o permanencia como beneficiario al programa. Debido a que se refieren a personas pobres, con algún grado de marginación y vulnerabilidad dentro de la sociedad. Y a que estos programas formen parte de prácticas de liderazgo se afianzan, más allá de que los programas cumplan con su objetivo, por la incapacidad o desinterés de la parte orgánica para resolver demandas. En otras palabras, el órgano institucional encargado de estos programas enfrenta una crisis decisional y normativa que impida que terceras personas como los intermediarios les sirvan para intercambiar o negociar la insuficiencia de respuestas por parte del gobierno a cambio de recursos que ellos mismos otorgan.

Esto aparejado de la falta de actuación de la Delegación o de la implementación de leyes que pongan candados eficientes no para los beneficiarios, sino que castiguen a quienes hacen uso informal de los programas. Dado que el uso informal de recursos públicos tiende a ser un secreto a voces, porque es una forma que los intermediarios junto con algunos políticos o patrones emplean para que este proceso de latencia les ayude a tener votos seguros o movilización el día de la elección. Refiriendo a los políticos que son los que posteriormente podrán implementar leyes que impidan este tipo de relaciones informales, más allá de la deficiencia que presenta el órgano institucional en la implantación

de acciones y respuesta a los demandado por la ciudadanía, se han ellos mismo lo que no quieren que el clientelismo desaparezca pues son un medio de cooptar votos el día de las elecciones, y a su vez estos le dieron fuerza a la sofisticación de los métodos empleados, como el periodo de latencia, para ganar y asegurar sus votos o movilizaciones de su círculo.

Recordando que quienes están dentro de estas acepciones son ciudadanos que tiene escasos recursos y por lo mismo al obtener un bien necesario, puesto que saben que al asistir a un órgano institucional se tornara tedioso y sin la certeza de que serán beneficiados del bien promovido. Prefieren buscar un círculo que pueda beneficiarlos, en el cual están seguros que, aunque tienen que dar su voto o movilización, el apoyo lo tendrán, toda vez que para ellos esta relación es de reciprocidad.

Esto último podría ser, de alguna forma, una respuesta del porque no existe tanta acción del gobierno contra las acepciones y el crear una Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales (FEPADE), que ayude a sancionar la compra de votos estrictamente mediante denuncias que se han hecho antes esta institución, pero que a su vez estas no procedan y en el caso de los políticos que estos no intenten desaparecer el mal uso de las políticas públicas. Los políticos simplemente hacen uso de esto pues como bien se mencionó esta relación es informal, no cuenta con reglas ni tampoco es comprobable para los políticos, dado que no son ellos los que directamente hacen la acepción con los clientes. En otras palabras, la presencia del clientelismo político es inminente y la cual pretende estar por mucho más tiempo, siempre y cuando se ha protegida por lo políticos y que la población carezca de recursos básicos y que los pueda obtener de esta manera.

A los partidos políticos<sup>2</sup> se les ha señalado como promotores de las relaciones clientelares, en sus inicios al partido hegemónico, el PRI. Sin embargo con el pasar de los años, se le imputo al PRD. En la

---

<sup>2</sup>partidos políticos son entidades de interés público que tienen como fin promover la participación de los ciudadanos en la vida democrática, contribuir a la integración de la representación nacional y como organizaciones de ciudadanos, hacer

Delegación GAM el partido que impera es el PRD y es a quien se le imputan varios caso de clientelismo durante las campañas, empero como tal no existen pruebas fidedignas que incumplen a este partido como proveedor de los intercambios. Probablemente la pruebas que pudieran existir son débiles que impiden inculpar al partido y por ellos no proceden.

Por otra parte, la crisis de la participación dentro de los procesos electorales es una práctica grave ya que el sistema político que rige a este país es democrático y que exista una desafección política implica, en todo caso, que el entramado institucional está fallando y debe hacerse algo al respecto, ya que el principio de este sistema es ser democrático, es decir que los ciudadanos está obligados a emitir su sufragio para elegir un representante, no hacerlo se pone en problemas este ideal democrático. Debido a la apatía y desafección política esta clientela de mayorías limitadas solo reconoce el lazo de “amistad” que existe entre el intermediario y él, otorgando así su voto como producto de los apoyos y beneficios que les dan. Ya no existe una coacción física hacia los clientes; tienen conocimiento de cómo funciona de relación o amistad que entablan con los intermediarios, y están conscientes que sólo participaran dentro del círculo cerrado que su *bróker* establezca.

Pueden existir dos tipos de relación hacia los partidos los que están afiliados y los que no lo están pero que simpatizan y se encargan de recolectar y mantener el capital en el periodo de latencia. Pero al final, convirtiendo a el capital en presa de sus necesidades, y dentro de estos tipos de relación clientelar existen tres tipo de *bróker*: los que hacen caso omiso a las demandas y buscan su bien común con la delegación; aquellos que tienen mucho tiempo liderando en las colonias y son autónomos; y los reservados. Debido a sus modificaciones el cliente rompe con la normalidad, para convertirse en

---

posible el acceso de éstos al ejercicio del poder público, de acuerdo con los programas, principios e ideas que postulan y mediante el sufragio universal, libre, secreto y directo. IFE, 2013. ¿Qué son los partidos políticos? Recuperado de [http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Partidos\\_Politicos/](http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Partidos_Politicos/)

intemporal, pues no se sabe cuál será el cambio que utilizarán los intermediarios y ni cómo responderá el cliente ante tal acción, puesto que nada garantiza la efectividad del voto.

La sofisticación de los métodos o portafolios de los intermediarios utilizados para adquirir el voto, no sólo radica en los apoyos comunitarios que se realizan, sino también a través de los Programas Sociales que la Delegación brinda, como se analizó en esta investigación. Motivo por el cual los intermediarios se valen de estos para convertir su relación informal en formal o lícita, ya que los *bróker* se vuelven el puente de manera explícita para su capital, hacia estos programas; y de manera implícita para los programas y la delegación. Puesto que el fin es que estos programas se otorguen a la población.

El clientelismo en general comprometido con la gente y sus asimetrías con los intermediarios y clientes se vuelven en un papel de la reciprocidad condicionada y pactada, aunada a la situación social desventajosa en la que se encuentran. En otras palabras, las relaciones clientelares son parte de mercados excluyentes que limitan en círculos cerrados a las mayorías que por carecer de recursos se ven obligados y condicionados a participar en este tipo de acepciones.

Finalmente, es importante repensar el clientelismo político, toda vez que este fenómeno ha ido adquiriendo espacio mediante la sofisticación de sus métodos para poder cooptar el voto y porque en la actualidad forma parte de la vida cotidiana de los ciudadanos, a través de visitas constantes a los domicilios de los clientes del intermediario. Y porque este fenómeno aunque tiende a cubrir alguna necesidad de los ciudadanos necesitados alimenta la crisis del gobierno, tiende a que el ciudadano decepcionado de la política he inmerso en esta relación se vuelva conformista, ya que esta relación le resuelve aunque sea por un momento su necesidad, y que con esto le mas fuerza las relaciones informales clientelistas. El uso de programas sociales en relaciones informales para la Delegación da como resultado la cobertura de los programas en las colonias de la GAM, más no satisfacción del

beneficio de sus beneficiarios. Dado que los resultados que la Delegación GAM da a conocer en su página oficial son con base en la cobertura que van teniendo con la población necesitada. Por lo anterior, entender cómo funciona el clientelismo político en el Distrito Federal se requerirá de más tiempo, por ello se ha delimitado a la Delegación GAM.

Por otra parte, uno de los motivos que tenía para elaborar esta investigación fue por cuestiones personales y porque se contaban con los recursos necesarios para elaborar el estudio de caso en esta demarcación territorial, aunado a que durante los últimos tres semestres realice trabajos que ayudaran al estudio de caso. Y lo que reforzó esta idea al tomarlo como estudio de caso es por ser la segunda Delegación con más población y con mayores carencias básicas y por ende donde el clientelismo político está más arraigado.

La importancia de esta investigación es que, aunque existe un trabajo sobre el periodo de latencia, este sólo se limita a investigar el papel de los intermediarios en los periodos de latencia, retomando las elecciones del 2006 como resultado de su trabajo en este periodo en la delegación Magdalena Conteras (Colbilt, 2008); a diferencia de esta investigación retomo el uso informal de las políticas públicas, las cuales durante este periodo de latencia ayudarán a reforzar la relación y a su vez a tener más seguro el voto en alguna elección. Existen estudios de caso de los programas sociales en México pero sólo en los periodos electorales y el proceso de fiscalización que estos deben tener.

El repensar el clientelismo político en los periodos de latencia es importante porque actualmente no existen estudios de caso que analicen el uso informal de los programas sociales en este periodo y sumado a ello en todo el Distrito Federal tienden a ser escaso. Aunque si bien existen líneas de análisis referidas a la compra de votos en periodos electorales, la fiscalización de los programas sociales y el uso informal de estos, el estudio de los *brókeres*, la creación de asociaciones u organizaciones por parte de los partidos políticos para poder cooptar el voto de los ciudadanos, el mal uso de las credenciales para

votar, es decir la doble emisión del sufragio. Por otra parte, poco existe sobre el análisis del capital electoral en los procesos electorales, sobre el verdadero papel de los patrones o políticos en las acepciones en esta Delegación. Asimismo dentro de la Delegación haría falta analizar afondo las asociaciones civiles creadas, debido a los que aquí se pudo encontrar, es decir a que los comités vecinales son manejados por personas que pertenecen a asociaciones civiles anónimas, como se demostró en el capítulo III.

## Bibliografía

- Abélès, Marc (2001) "Antropología Política". En, Auyero, Javier. 2001. "La política de los pobres: Las practicas clientelistas del peronismo
- Alguacil, G. J (2002) "La ciudadanía emergente y sus síntomas" Recuperado de <http://habitat.aq.upm.es/boletin/n24/ajalg.html>
- Audelo Cruz Jorge M (2004), ¿Qué es el clientelismo? Algunas claves para comprender la política en los países en vías de consolidación democrática. Estudios Sociales. Núm. 24, Revista de Investigación Científica
- SEDESOL (2012) Programas Sociales. Recuperado de: <http://www.sedesol.gob.mx/>
- Auyero Javier (Comp.)(1997) "¿Favores por votos? Estudios sobre clientelismo político contemporáneo." Buenos Aires: Losada
- Auyero Javier (2001) Comentario. Relaciones, de cada día. Revista Desacatos, núm. 36. Pp. 107-110
- Auyero, Javier (2002) "Clientelismo Político en Argentina: doble vida y negación colectiva". Perfiles Latinoamericanos. Núm. 20, México: FLACSO
- Bartra, Boege, Calvo, Gutiérrez, Martínez y Pare (1999). Caciquismo y poder político en el México Rural, México; Siglo XXI
- Beve, Raymond (2003) "Caciquismo, un principio de ejercicio de poder durante varios siglos. Revista Relaciones, (95) XXIV. 17-39
- Chapoy (2003) "Noción de programa". Planeación, programación y presupuestación. México: UNAM
- Cazorla (1992), "Del clientelismo tradicional al clientelismo de partido: evolución y características". No. 55. Universidad de Granada: Barcelona
- Calidad (2012) "Tengamos calidad de vida" <http://gamadero.blogspot.mx/2012/01/asiste-gam-personas-con-discapacidad.html>
- CEPAL (2007) La pobreza en América Latina <http://www.eclac.cl/dds/noticias/paginas/6/28106/Pobreza.AmericaLatina.SimoneC.pdf>
- Cobilt, Cruz, E. (2008) Entre el cliente y el patrón: la intermediación política en los periodos de latencia. México: FLASO

CONEVAL (2012) Informe de pobreza en México. el país, los estados y sus municipios 2010. Recuperado de [http://web.coneval.gob.mx/Informes/Coordinacion/INFORMES\\_Y\\_PUBLICACIONES\\_PDF/Informe\\_de\\_Pobreza\\_en\\_Mexico\\_2010.pdf](http://web.coneval.gob.mx/Informes/Coordinacion/INFORMES_Y_PUBLICACIONES_PDF/Informe_de_Pobreza_en_Mexico_2010.pdf)

CONAPO (2011) Índice de marginación por entidad federativa y municipio 2010. Recuperado de [http://www.conapo.gob.mx/work/models/CONAPO/indices\\_margina/mf2010/CapitulosPDF/1\\_4.pdf](http://www.conapo.gob.mx/work/models/CONAPO/indices_margina/mf2010/CapitulosPDF/1_4.pdf)

Conway, M (1986) *La Participación Política en los Estados Unidos*. México: Gernika. 11-25. En Molina y Pérez (s.f) “La participación Política”, recuperado de [http://mercaba.org/FICHAS/Capel/participacion\\_politica.htm](http://mercaba.org/FICHAS/Capel/participacion_politica.htm)

Corrochano D (2002) “El clientelismo posmoderno.” México: FLACSO

Corrochano D (2005) “Clientes imaginarios. La movilización electoral de los pobres en el sistema electoral mexicano (1994-2003). Del programa: Procesos políticos contemporáneos. Departamento de derecho constitucional. Universidad de Salamanca.

Crespo, A. (2007) Elecciones y democracia. México D.F: IFE

Delgado (2005) “Clientelismo político” GAM (2012) Programas Sociales. Recuperado de: [http://contraloria.df.gob.mx/wb/cg/programas\\_federales](http://contraloria.df.gob.mx/wb/cg/programas_federales)

Diputados (2006) Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, "Definición", en *Grupos Vulnerables*. Recuperado de [http://www.diputados.gob.mx/cesop/Comisiones/d\\_gvulnerables.htm](http://www.diputados.gob.mx/cesop/Comisiones/d_gvulnerables.htm)

Estrella (2005) “Ciudadanía y participación ciudadana en la Ciudad de México” América Latina hoy. Recuperado de <http://www.accessmylibrary.com/article-1G1-159079565/ciudadania-y-participacion-ciudadana.html>

Fenoglio J (2007) “Clientelismo político en instituciones del estado. Unidades descentralizadas, un caso emblemático”. Recuperado de <http://www.tssantafesur.org.ar/contenido.shtml?x=39152>

Foster (1961) The dyadic contract: a model for the social structure of a mexican peasant Village. American Anthropological association. (62), núm., 6. Pp. 1173- 1192.

GAM<sub>a</sub> (2012) “Comunidades”. Recuperado de <http://www.gamadero.df.gob.mx/new/>

GAM<sub>b</sub> (2012) “comunicado de comunidades del primer trimestre del 2012” [https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:ZAZWR1psyAEJ:www.gamadero.df.gob.mx/transparencia/articulo13/ccs/2012.doc+&hl=es-419&gl=mx&pid=bl&srcid=ADGEEShCmr1p7PFEgMniH6ZLCI4EwqL0YmTaiL0ayFo9dWgjLa6HJr\\_VPIO5aF76p15i1-HAUySJAagg2NYXCPR1ISJnL0pzvsDmWnozltN88nxy\\_bJudKgZzhH6sXz\\_p\\_ID65EXepiNf&sig=AHIEtbSogq85BFPb7Z39AW\\_v8qTp7TYxgA](https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:ZAZWR1psyAEJ:www.gamadero.df.gob.mx/transparencia/articulo13/ccs/2012.doc+&hl=es-419&gl=mx&pid=bl&srcid=ADGEEShCmr1p7PFEgMniH6ZLCI4EwqL0YmTaiL0ayFo9dWgjLa6HJr_VPIO5aF76p15i1-HAUySJAagg2NYXCPR1ISJnL0pzvsDmWnozltN88nxy_bJudKgZzhH6sXz_p_ID65EXepiNf&sig=AHIEtbSogq85BFPb7Z39AW_v8qTp7TYxgA)

Gay, Robert (1997) “Entre el clientelismo y el universalismo. Reflexiones sobre la política popular en el Brasil urbano”. En Auyero Javier (Comp.) “¿Favores por votos? Estudios sobre clientelismo político contemporáneo.” Buenos Aires: Losada

Gruenberg, y Pereyra, (2009) “el clientelismo en la gestión de programas sociales contra la pobreza”. Recuperado de <http://chasquido.blogspot.mx/2009/02/el-clientelismo-en-la-gestion-de.html>

Gunes-Ayata, Ayse. 1994. Clientelism: Premodern, Modern, Postmodern. In Luis Roniger and Ayse Gunes-Ayata, eds. Democracy, Clientelism, and Civil Society. Boulder, CO: Lynne Rienner Publishers, 19-29.

Gunes- Ayata (1997) “Clientelismo: premoderno, moderno, posmoderno” En. Auyero Javier (Comp.) “¿Favores por votos? Estudios sobre clientelismo político contemporáneo.” Buenos Aires: Losada

Hagamos (2012) “Hagamos juntos la despensa” <http://gamadero.blogspot.mx/2012/02/otorga-gam-tarjetas-electronicas-casi-6.html>

Hernández María Aidé (2008) “La democracia mexicana, presa de una cultura política con rasgos autoritarios.” Núm. 2, México D.F.: Revista Mexicana de Sociología

Hernández Muñoz Edgar. (2006) “El clientelismo en México: los usos políticos de la pobreza”. Colmex; Mexico. Núm. 17, pp. 118-140.

Hevia, F j. (2009) relaciones sociedad-estado, participación ciudadana y clientelismo político en programas contra la pobreza. El caso de bolsa familia en Brasil. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS), México

Hevia, F. J (2011) “Relaciones sociedad-Estado, Participación ciudadana y clientelismo político en programas contra la pobreza. El caso de bolsa familia en Brasil” CIESAS: México

INEGI (2010) “Censo de población y vivienda 2010. Distrito Federal”. Recuperado de [http://www.inegi.org.mx/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/p\\_rinci\\_result/df/09\\_principales\\_resultados\\_cpv2010.pdf](http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/p_rinci_result/df/09_principales_resultados_cpv2010.pdf)

Ley de Planeación del desarrollo del Distrito Federal (2009) Artículo 5

Lezcano (2003) “el clientelismo político y su consecuencia en la ciudadanía emergente” IX Congreso Nacional de Sociología Jurídica

Lomnitz L (1990) “Informal exchange networks in formal systems: a theoretical mode. Rev American Anthropologist. 90 (11988) 42-55. En Gay, Robert (1997) “Entre el clientelismo y el universalismo. Reflexiones sobre la política popular en el Brasil urbano”. En Auyero Javier (Comp.) “¿Favores por votos? Estudios sobre clientelismo político contemporáneo.” Buenos Aires: Losada

Miranda Ontaneda, N. y González G., F. (1976) Controversia. Clientelismo, democracia o poder popular. Bogotá; CINEP.

Miranda Ontaneda, Néstor (1977). “Clientelismo y Dominio de clase: El modo de Obrar Político en Colombia”. CINEP: Bogotá

Ávila, Fernández, Millán y Morales (2011) Participación y abstencionismo electoral en México. México; IFE, UAQ

Moreno A. (2003) “El votante mexicano: Democracia, actitudes políticas y conducta electoral. México: Fondo de Cultura Económica

Paulus, M (2010) “Clientelism in Argentina, Mexico and Venezuela”. En Paper to be presented at the workshop Neopatrimonialism in Various World Regions, (GIGA) German Institute of Global and Area Studies, Hamburg

PNUD (1997) La pobreza en la persistencia del desarrollo humano: concepto y definición. Recuperado de <http://odh.pnud.org.do/sites/odh.onu.org.do/files/PNUD20199720Cap2001.pdf>

PNUD (2006) Diagnostico sobre la vulnerabilidad Político- Electoral de los Programas Sociales Federales. México: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Recuperado de [http://www.programassociales.org.mx/biblioteca/Informe\\_Diagnostico.pdf](http://www.programassociales.org.mx/biblioteca/Informe_Diagnostico.pdf)

Romero Jorge Javier (2007) “Clientelismo, patronazgo y justicia electoral en México. Una lectura institucionalizada”. En Seminario Internacional. Candados y Derechos: Protección de Programas Sociales y Construcción de Ciudadanía. Ciudad de México, PNDU, 1-34.

Roninger (1997) “Sociedad civil, patronazgo y democracia” En, Auyero Javier (Comp.)(1997) “¿Favores por votos? Estudios sobre clientelismo político contemporáneo.” Buenos Aires: Losada

Rosanvallon, P. (2007). La contrademocracia. La política en la era de la desconfianza. Buenos Aires: Manantial

Schedler, Andrea (2004). “El voto es nuestro” Cómo los ciudadanos mexicanos perciben el clientelismo electoral”, Revista Mexicana de Sociología, año 66, número 1, México: Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM.

Schumpeter (1983) “Capitalismo, socialismo y democracia” (Capitulo XXI y XXII). Recuperado de [http://www.fcp.uncu.edu.ar/upload/Schumpeter,\\_Joseph\\_Capitalismo,\\_socialismo\\_y\\_democracia\(cap.\\_19-23\).pdf](http://www.fcp.uncu.edu.ar/upload/Schumpeter,_Joseph_Capitalismo,_socialismo_y_democracia(cap._19-23).pdf)

Schröter B (2009) “Clientelismo político: ¿existe el fantasma y como se viste? Revista mexicana de Sociología (1) 72. 141-175

Silva, Manuel Carlos (1994) “Peasants, Patrons, and the State in Northern Portugal” En, Roniger y Günes-Ayata (1994) *Democracy, clientelism and civil society*. London. En, Corzo Fernández S, (2002) *el clientelismo político como intercambio*. Barcelona: Universidad de Granada

SEDESOL (2007) Programa sectorial de desarrollo social 2007-2012. Recuperado de <http://www.transparenciapresupuestaria.gob.mx/ptp/ServletImagen?tipo=pdf&idDoc=144>

SEDESOL (2010) “Catalogo de localidades”. Gustavo A Madero. Recuperado de <http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/contenido.aspx?refnac=090050001>

SEDESOL (2011) Evaluación de consistencia y resultados 2011 – 1012. Programa para el desarrollo de Zonas Prioritarias (PDZP). Recuperado de <http://www.microrregiones.gob.mx/documentos/evaluaciones/EC2011-2012.pdf>

SIDESO (2011) Índice de Desarrollo Social de la Unidades Territoriales del Distrito Federal. Recuperado de <http://www.sideso.df.gob.mx/index.php?id=551>

Stokes, Nazareno y Brusco (2012) “Brokers, Voters, and Clientelism” Yale University and Universidad Nacional de Cordoba. Recuperado de [http://sitemaker.umich.edu/comparative.speaker.series/files/stokes\\_dunning\\_nazareno\\_and\\_brusco\\_um.pdf](http://sitemaker.umich.edu/comparative.speaker.series/files/stokes_dunning_nazareno_and_brusco_um.pdf)

Tosoni María Magdalena (2007) “Notas sobre el clientelismo político en la ciudad de México.” Núm. 29. México: FLACSO.

Trotta. E.V. Miguel. (2003) *Las metamorfosis del clientelismo político*. Espacio: Bs.As.

Vite Pérez, M. Ángel (2001) sobre “Clientelismo Político y exclusión social: el caso de Cuauhtepac”. *Revista de Sociología*. 47 (16), 199-238

Wills Obregón María Emma (1990). “Del clientelismo de lealtad incondicional al clientelismo instrumental”. Universidad de Montreal.