

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 MINIMIZACIÓN DEL LAZO POLÍTICO EN ARAS NEOLIBERALES:
CLIENTELISMO POLÍTICO EN EL MARCO ELECTORAL 2012 EN EL DISTRITO
FEDERAL (CIUDAD DE MÉXICO)**

Opción de Titulación: Trabajo recepcional.

Modalidad: Tesis

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
CIENCIA POLÍTICA Y ADMINISTRACIÓN URBANA**

P R E S E N T A

RODRIGO REYES HERRERA

Matrícula: 09-004-0090

Directora del trabajo recepcional:

Dra. Georgina María de la Luz González Sánchez

Ciudad de México, mayo 2019

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

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.

ÍNDICE

SIGLAS

INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO I

ESTRATEGIA METODOLÓGICA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema	2
1.2. Objetivos y preguntas de investigación	4
1.3. Justificación	6
1.4. Supuestos de Partida. (Hipótesis)	7
1.5. Marco teórico	9
1.6. Acopio conceptual	23
1.7. Estrategia metodológica	25
1.8. Métodos de estudio	32
1.9. Metodología de investigación	33
1.9.1. Universo de trabajo. Población participante	33
1.10. Técnicas de recolección de datos	34
1.10.1 Metodología de la investigación	36
1.11. Metodología de estudio	38
1.11.1. Cuantitativa	39
1.11.2 Cualitativa	39
1.11.3. Instrumentos de captación	41
1.11.4. Prototipo y diseño	43
1.12. Estrategia metodológica: procedimiento	45
1.12.1. El método	47
1.13. Análisis de resultados	48
1.14. Análisis FODA	66

CAPÍTULO II

**ANTECEDENTES: HACIA EL ENTORNO MEXICANO,
PANORAMA, CIUDADANOS Y CONSUMIDORES** 69

2.1. Contexto mexicano, homogeneidad y paternalismo 72

2.2. El papel de los partidos políticos y las reglas del juego (contexto electoral)	77
2.3. Los otros actores	83
2.3.1. Juglares e información en medios de comunicación	88
CAPÍTULO III	
LIBERALISMO, EL CAMINO AL CLIENTELISMO	94
3.1. De la ideología liberal en la cavidad política	94
3.2. El liberalismo y México	98
3.3. El ajuste político económico	101
CAPÍTULO IV	
NUEVAS FORMAS DE NEGOCIACIÓN POLÍTICA, EL CASO DE LA CIUDAD DE MÉXICO	105
4.1. El origen del clientelismo en la Ciudad de México	105
4.2. El Neoinstitucionalismo en el clientelismo mexicano	107
4.2.1. La participación electoral 2012, y la ciudadanía	110
4.3. Del populismo, tecnologías y dinero electrónico	113
CONCLUSIONES	118
En contraste con la definición de corrupción	121
APENDICE	
Prototipo y diseño	123
Universo de trabajo. ¿Quiénes? y ¿por qué?	128
Tabulación. Presentación de resultados	129
FUENTES CONSULTADAS	
RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS	133
RECURSOS DIGITALES	139
GLOSARIO	142
TESAURO	144

SIGLAS

AMEDI: Asociación Mexicana del Derecho a la Información.

CDMX: Ciudad de México.

CEN: Comité Ejecutivo Nacional.

CEM: Conferencia del Episcopado Mexicano.

COFIPE: Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

CNC: Confederación Nacional Campesina.

CNOP: Confederación Nacional de Organizaciones Populares.

CONEVAL: Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social.

CPEUM: Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

CTM: Confederación de Trabajadores de México.

FEPADE: Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales.

GCE: Gabinete de Comunicación Estratégica.

IECM: Instituto Electoral de la Ciudad de México.

IFE: Instituto Federal Electoral (anterior al INE).

INE: Instituto Nacional Electoral (posterior al IFE).

INFONAVIT: Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores.

PEMEX: Petróleos Mexicanos.

PAN: Partido Acción Nacional.

PANAL: Partido Nueva Alianza.

PRD: Partido de la Revolución Democrática.

PRI: Partido Revolucionario Institucional.

PRM: Partido de la Revolución Mexicana.

PROGRESA: Programa de Educación, Salud y Alimentación.¹

PRONASOL: Programa Nacional de Solidaridad.

PT: Partido del Trabajo.

SEP: Secretaría de Educación Pública.

SNTE: Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación.

¹ Programa cuyos esfuerzos pretendieron intervenir en la vida social para modificar su composición. Se basa en la integralidad, descentralización, coordinación entre instituciones y niveles de gobierno, así como la participación social, desarrollo regional y la prioridad a regiones rezagadas; desprendiendo líneas de acción en políticas asistenciales, formación de capital humano y familiar; impulsando el desarrollo productivo e infraestructura física, comercialización o desarrollo regional y participación ciudadana. Uno de los objetivos principales del programa fue: "Ampliar las oportunidades y completar el ingreso de las familias que viven en extrema pobreza a través del mejoramiento sustancial de las condiciones de educación, salud y alimentación, particularmente de niñas(os) y de sus madres, brindando suficientes servicios escolares y de cuidado de la salud de calidad, así como ayudas alimentarias" (López Salazar, 2014:135). PROGRESA estaría ubicado en el capital humano, debido al énfasis operativo y distributivo de recursos en el factor educativo (Calderón Colín, 2012).

**LA MINIMIZACIÓN DEL LAZO POLÍTICO EN ARAS NEOLIBERALES:
CLIENTELISMO POLÍTICO EN EL MARCO ELECTORAL 2012 EN EL DISTRITO
FEDERAL (CIUDAD DE MÉXICO)**

Introducción

El propósito de este documento parte de revelar la problemática del clientelismo político en la Ciudad de México. El título antes mencionado está pensado teniendo en cuenta la construcción ciudadana en instantes donde el ciudadano se manifiesta también como consumidor, donde vienen a colar sus actitudes pragmáticas en su cultura política y democrática. Para esto, la trayectoria sobre la investigación se esboza a través de la interpretación de las diferentes fuentes, forjando un paradigma alrededor del tema democrático y su interpretación alrededor del objeto del estudio de caso. Los objetivos de esta pesquisa se identifican tras alcances de la ciudadanía -y lo que ello conlleva- en una atmósfera neoliberal relativa al marco electoral, su organización pública y comportamiento político implícito en el tejido social mexicano, así mismo las limitaciones y alcances de intereses como clientes electorales en el mercado político, transformando prácticas y relaciones de representación y participación con connotaciones tanto individuales como colectivas.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y ESTRATEGIA METODOLÓGICA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Este texto está redactado con la finalidad de exponer la problemática del clientelismo político en el Distrito Federal. Cabe aclarar que, a partir del 2016 esta entidad federativa cambió su nombre a Ciudad de México (CDMX).²

El título antes mencionado está pensado teniendo en cuenta la construcción ciudadana en tiempos neoliberales; el ciudadano se refleja como consumidor en cuanto a actitudes pragmáticas e instrumentales, sobre una cultura política relativamente democrática. Este fenómeno se puede analizar en torno a las elecciones presidenciales del 2012 en el Distrito Federal.

En el espacio anterior y posterior a las elecciones presidenciales se emplearon actitudes pragmático-utilitaristas, que desarrollaron actores políticos en vicisitud para ejercer y justificar la búsqueda de la democracia; escenario en el que está implícito un neo-institucionalismo político, clientelismo, mediadores (brokers), politización de necesidades y, sobre todo, la simplicidad de una cultura política al momento de tomar decisiones colectivas que viene a corolario de actitudes ciudadanas, plataformas políticas y partidos políticos carentes de contenido.

La línea de investigación bajo la cual se ha planteado el tema tiende a desenvolverse como un fenómeno con implícitas y diferentes perspectivas, pues el clientelismo político en México posee características referentes a “una compleja

² Se aclara esto ante posibles ambigüedades de redacción en el título y mención durante el desarrollo de este documento.

cadena de lazos personales entre ‘patrones’ o ‘jefes’ políticos y sus ‘clientes’ individuales o seguidores, construida a partir del intercambio –desigual– de favores de orden material y simbólico” (Peralta, 2006:7).³ En otras palabras, una reciprocidad extraoficial ante favores o convenios donde entes políticos regulan concesiones o dan obsequios a través de un intermediario, beneficios obtenidos a través de una función pública, partido político o contactos relacionados con *un principal*, esto a cambio de apoyo en periodos electorales que entrelazan las esferas política, económica y social, forjando un paradigma dentro de la ciencia política; por ello es recomendable un mecanismo de investigación básicamente híbrido, donde técnicas cuantitativas y cualitativas ayuden a desarrollar por medios válidos la descripción, indagación, recopilación y comparación de información.

Dado que la información y datos pueden ser tergiversables con otros conceptos, se han empleado mecanismos de indagación e investigación metodológica para aclarar y procesar la contextualización del problema de investigación, así mismo, dispositivos que ayudan a comprender y explicar el paradigma clientelar respecto a los mecanismos de la democracia para evitar una inadecuada interpretación generalizada.

El objeto del estudio de caso es conocer las implicaciones ciudadanas relevantes a temas clientelares y pragmático-electorales, así mismo, describir la cultura política democrática estimulada por la participación incentivada, forjando pautas que parten de la generalidad para esbozar posteriormente el área-problema. Santiago Zorrilla (1996) hace mención a la *construcción del problema*

³ Las comillas y los guiones son del original. A partir de aquí todos los agregados a las citas pertenecen a los textos mencionados, salvo que se indique lo contrario.

durante el proceso de investigación. En una primera etapa, toma las denominaciones conceptuales que complementan este esbozo, recuperando el referente de Ander Egg (1979), busca proyectar la estructura de decisiones ciudadanas, orientando el modo de obtener respuestas congruentes y asertivas a las preguntas de investigación sobre el caso de estudio, señalando sus motivos a través del ¿cómo? y ¿para qué?

El ¿cómo? trata de conocer objetivos y mecanismos que se canalizan en sujetos e individuos participantes dentro del periodo temporal y espacial, así, recopilar datos que nos lleven al análisis del fenómeno mexicano, desmenuzándolo por medio de métodos y técnicas de investigación.

El ¿para qué?, para concebir una idea y abstracción que englobe el fenómeno mexicano, características de panoramas determinantes en el sujeto, e incluso comparaciones con otros panoramas plausibles, llegando a un punto más concreto, crítico y análisis consolidado, diferenciando posturas eclipsadas o disipadas.

1.2. Objetivos y preguntas de investigación

Para puntualizarlos objetivos de investigación, cabe enfatizar e identificar alcances de la ciudadanía en una democracia neoliberal y de mercado. Así, los objetivos de esta investigación son los siguientes:

1. En primera instancia, conocer las implicaciones ciudadanas en cuanto a temas clientelares, su producción y reproducción en el escenario micro-social al macro-social y viceversa, los estándares pragmáticos en el ejercicio

cultural y campo electoral, e identificar su organización pública al percibir un incentivo inmediato en su comportamiento político.

2. Discernir en la cultura política la incentivación de la participación utilitarista, haciendo alusión al *deber ser* social, o el modo en que se da un común implícito en el contexto mexicano de actores sociales y mediadores.
3. Construir una definición más próxima del clientelismo mexicano, puesto que no hay otra más tergiversable respuesta que la vinculante con términos de corrupción.

Dicho lo anterior, hay que preguntarse:

- ¿Existe realmente una conciencia ciudadana sobre una cultura político-electoral en la sociedad mexicana para dejar de postergar sus acciones y canjear su voto, así como sus posibles consecuencias por un bien inmediato?
- ¿Por qué renunciar a beneficios en mano y asumir los costos hoy, por promesas sobre beneficios futuros que no se saben si se van cumplir, o si los recursos se los pueden apropiar otros (sean éstos en términos tergiversantes con la corrupción)?
- ¿Cómo hacer una percepción y deducción de las necesidades de la ciudadanía mexicana más hipotética, razonable y bien fundamentada que no sea un pago “al cash” o con actos estigmatizados de etiquetas generalmente asociadas a la corrupción?

- ¿Las voluntades de la ciudadanía respecto a la lealtad ideológica partidista generan una falta de interés en el verdadero conflicto de intereses en común, o intereses que son en general para la comunidad?

1.3. Justificación

Tras las elecciones del 2012 cabe considerar la acotación y limitaciones del ciudadano en su interacción social sufragista, maniobras con dinámicas mercantes, donde el ciudadano es visto como cliente en periodos electorales, una atmosfera con estrecho vínculo político de intereses individuales y colectivos, por ello es importante comprender cuáles son las cribas, posturas e intereses de actores políticos, de cuánto se valen para conseguirlo, estrategias empleadas por los actores sociales e involucrados desde una cultura política erosionada, así como el mercado político decisivo para la función electoral.

Anterior a la reforma político-electoral del 2013-2014,⁴ donde se sanciona la cooptación y manipulación del voto, la existencia de organismos como el Instituto Nacional Electoral (INE), el Instituto Electoral de la Ciudad de México(IECM), entre otros, encargados de regular y supervisar las elecciones, descartaban sanciones en marcos clientelares, compra de votos y falacias de progresismos en el discurso político, pues la ley aún tenía porosidades para manejar estas cuestiones, como es el emplear técnicas mercantes donde –pareciera que– se obtiene algo

⁴ Es importante tener en cuenta que la reforma político-electoral que se institucionalizó por lo menos de manera formal mediante el *Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia política-electoral*, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 10 de febrero de 2014, tuvo su origen en “dos iniciativas eje, una presentada por los senadores del PAN y PRD el 24 de julio de 2013, y otra propuesta por senadores y diputados del PAN el 24 de septiembre de 2013; así como 36 iniciativas más relacionadas con el tema político-electoral presentadas durante las LXI y LXII Legislaturas” (López Galván, 2014:89-90).

particularmente cuando se hace referencia al candidato, soslayando derechos políticos, civiles o sociales, generando desinformación y tergiversación ciudadanía, paralelamente el clientelismo va transformándose, de tal manera que, es necesario entender las metamorfosis que va generando, prácticas o relaciones que se acentúan más verticales que horizontales, así mismo, encallan en ignorancia participativa, sin descartar la influencia de opiniones que ejercen medios de comunicación sobre las masas, que no terminan de concebir las consecuencias de una reacción participativa inmediata por un bien inmediato.

1.4. Supuestos de partida

Respecto a las solventes en abordar, está implícita la educación ciudadana en el mercado político, pues ésta es una pauta para la formación de una cultura y noción política legitimante de poder en el mercado político, a través de la voluntad ciudadana, pues en la arena pública cada individuo se reconoce formalmente como individuo, con distinciones ideológicas, étnicas, sociales, económicos, etc.(Peschard,2012).Cabe mencionar que, tal libertad asociada a los individuos, conlleva una orientación directa o indirecta de política democrática, en la que Peschard (2012) sostiene que sea la creencia de que se tiene determinado control sobre las elites políticas y sobre las decisiones que éstas adoptan, haciendo de los ciudadanos “protagonistas” y partícipes, independientemente de su situación social o económica “al ejercer su derecho al sufragio”, en actores que promueven resoluciones, sean poco ortodoxas o no, al momento de enfrentarse a las adversidades colectivas dentro de la esfera pública, resoluciones que pueden

estar asociadas a criterios de justicia, reconocimiento político, civil, sexual o económico, etcétera.

En lo que respecta al clientelismo y cultura política, son características que entrelazan en relaciones de mandato/obediencia, entre una autoridad política responsable y un broker, los cuales pueden ser individuos o grupos sociales, gobernados directa e indirectamente, que dan sentido a una mediatización simbólica (sea material o intangible) para valerse mediante la fuerza de instituciones e industrias de comunicación masiva; pues el impacto de su interpretación a través de éstas, dará connotación es que generan la importancia sobre el papel y reconocimiento de sí mismos, como el de los otros, cimentando diferentes atributos y significados tanto de manera individual como colectiva, para así, concebir contextos sociales vinculados con desigualdades y asimetrías, reproduciendo relaciones macro y microsocial de negociación, asociación, mediación, entre otras pautas, no precisamente despectivas que atañen y comprenden a la esfera política, así como sus plausibles fluctuaciones y mutaciones que aportan un continuo intercambio de formas, simbolismos, significantes y mecanismos en la gratificación de corto o largo plazo.

En cuanto a la interpretación del concepto clientelar, como eje vertical de dominación, en medida, éste entrelaza relaciones horizontales que aseguran un alto grado de participación o injerencia; implícitamente habrá que tocar tangentes que rodean el contexto del concepto para entender de mejor manera la interpretación del cómo y por qué entre tales aristas se puede observar control y minimización de la pobreza; los medios de comunicación como artífices o actores; intervención de la iniciativa privada como actor político; la atmosfera electoral,

etcétera. Sin embargo, el concepto de clientelismo no está supeditado a términos despectivos o peyorativos (Peralta, 2006), pues también se enfoca a términos constructivos (Elster, 1996), útiles para cerrar fisuras existentes entre ciudadanía e instituciones (North, 1990), que mejoren condiciones y posturas organizacionales de actores en los cuales se concretan intereses, tanto del ciudadano como de la institución, independientemente de la polarización en plataformas políticas.

El puente entre representación y participación mexicana se sigue construyendo, se desdobra en relaciones formadas por distintos intercambios recíprocos entre autoridades formales y ciudadanos cada vez más organizados, una serie de negociaciones peculiares que dan vida a la democracia, pues no todas buscan cohesionar con los intereses de un gobierno y lo que es políticamente conveniente.

1.5. Marco teórico

Las características centrales del clientelismo conservan similitudes por autores citados a través del proceso de este trabajo, entre los principales está Javier Auyero (1997), Inés Peralta (2006), Miguel A. Trotta (2003) y Nicolás Tenzer (1991), basados en definiciones, características fijas y variables del fenómeno. Por otro lado, James Scott define al clientelismo como:

Un tipo específico de intercambio de roles entre dos personas, que se transforman en una relación puramente instrumental, en la que un sujeto de estatus socioeconómico más elevado, en este caso el patrón, utiliza su lugar de estructura, su influencia y sus recursos para proteger, a través de otorgar beneficios, a un sujeto de estatus menor o subalterno en términos decisorios, quien en forma recíproca ofrece lealtad, apoyo general y servicios generales a su patrón (Scott *cit. por* Trotta, 2003:24-25).

Coincidiendo con Jhon Powell, Miguel Ángel Trotta (2003:25) advierte:

[Los] términos asimétricos y desiguales del clientelismo, y en la definición situacional cara a cara de la relación, y hace expresa acentuación en el carácter de reciprocidad, como fundante en este tipo de relación en su dimensión práctica, debido a que la reciprocidad en el intercambio de bienes y favores sostiene ese lazo clientelar entre patrones y clientes.

Desde la configuración académica, Powell hace estudio antropológico para describir relaciones sociales jerárquicas de sociedades de tipo patrimonialista basadas en una economía fundamentalmente agraria, este autor se retoma más adelante para designar un tipo de relación política presente en el sistema político mexicano, denominado como el modelo patrón-cliente.⁵

Esta conjetura de relaciones politizadas posee rasgos que Günes Ayata (Günes*cit.* por Trotta, 2003:127) define como:

(...) una tensión propia por naturaleza política moderna, que se fomenta en la creciente participación de masas en una vida pública, pero dejando abierta las desigualdades del mercado; (...) los cambios, la movilización geográfica y social, modifican los modos de relación social y se producen sentimientos de desarraigo, ansiedad e inseguridad, lógicas basadas en relaciones primarias, personales, comunitarias, todas las características anteriores no desaparecen de la escena, sino que por el contrario (Günes *cit.* por Trotta 2003)“en el nuevo y ajeno lugar los viejos patrones de comportamiento no solo pueden perpetuarse sino recrearse”.

El término de clientelismo político como práctica social y política es empleado con frecuencia en la literatura existente dentro de la ciencia política y hace énfasis en el intercambio de favores, bienes y servicios, por líderes políticos o agentes partidarios, que adquieren el carácter de clientes, esta aproximación y somera definición del tema no elude la tarea de profundizar en este concepto, pues hay más detrás del concepto mismo, que nutren diversas investigaciones y teorías dirigidas para analizar democracias emergentes en países capitalistas periféricos

⁵ Los corchetes son míos. A partir de aquí cualquier agregado a las citas son de los textos consultados, salvo que se indique lo contrario.

de Latinoamérica, aunque también ha incurrido en países centralistas como Estados Unidos.

El supuesto subyacente conceptual es que el clientelismo aparece en ambientes de inseguridad política y económica, cuando realmente éste se amplía a la participación de la sociedad civil y amplían las demandas en juegos de interés.

Auyero (1997:37) parte de definir en términos generales la relación clientelar como una “relación de dominación, compleja y anclada”. Relación de dominación en tanto esté sobre lazos verticales de control y dependencia, basada en diferencias de poder. Esta relación genera un poder simultáneo de recursos, servicios materiales-instrumentales y simbólicos-sociales (promesas, lealtades y solidaridad).

La existencia del intercambio incide en no reconocer el carácter dominador de la relación. Para María Inés Peralta:

A través de su investigación de tesis, lejos de combatir el clientelismo, las estrategias de descentralización y focalización tienden a recrearlas de manera diferente. Como ella, [María Inés Peralta] expresa, “ambos criterios influyen directamente en la centralidad que adquiere el espacio del territorio para la implementación de las políticas sociales, influyendo en una territorialización de los conflictos” (Cristina González *cit. en* Peralta, 2006:8).⁶

El fenómeno clientelar, entendido como práctica de receptores sobre políticas focalizadas en un espacio territorial urbano, percibe y establece rasgos entre clientes y mediadores, así también, reconoce las necesidades de ciudadanos-clientes, instituciones, partidos políticos e incluso sociedad civil, sugiriendo un

⁶ Los corchetes son míos.

enfoque más asertivo en diferentes causas de políticas públicas, negociaciones de carácter popular, y correlación con instituciones privadas.

El término de clientelismo ha permeado desde el lenguaje académico al léxico de gobernantes, sindicatos e integrantes de movimientos sociales, periodistas y ciudadanos en general; define una relación social que, para existir, es necesario establecer una relación en un espacio microsocioal asociado a quienes detentan poder político, empezando por una estructura burocrática partidaria, una organización pública estatal o ciudadanos representantes, hasta líderes de gremios.

El clientelismo como relación social asimétrica y desigual no exenta del ejercicio vertical del poder tendiente al ejercicio de control social, pues coexiste en visiones diferenciadas; por un lado, expresiones de conflicto social y dominación; por otro, sostiene uniones cooperativas entre patrones y clientes de carácter horizontal a pesar de las asimetrías.

Desde la perspectiva de considerar el clientelismo político como un mecanismo de dominación y sujeción política operado por sujetos que ocupan un lugar jerárquico superior en relación –que se identificarán como patrones que brindan recursos instrumentales (bienes, servicios o influencias) a cambio de recursos políticos legitimadores (consenso, lealtades, solidaridades) de los clientes hacia los primeros, es incompatible con una esfera de reconocimiento mutuo desde el punto de vista de la igualdad y desde la percepción de ambos sujetos de la relación como sujetos de derechos en pleno ejercicio de su ciudadanía; en realidad, el clientelismo mutila esta realización de derechos (Trotta, 2003: 24).

En los estudios sobre clientelismo político, la plasticidad del término ha sido determinada por distintos autores (Trotta, 2003). El término surge como

significante sobre la politización de necesidades, estrategias de reproducción social y para observarse en complejas relaciones forjadas en juegos asociados a necesidades sociales que se producen por receptores de bienes y servicios: clientes y clientes devenidos mediadores.

Puede decirse que, el clientelismo ejercido por mediadores sociales se ubica a medio camino, con ambivalencia de verticalidad y horizontalidad, en el intercambio y ayuda mutua en equivalencia de lo que trata. “Cuando los intermediarios hablan de acciones para conseguir algo para sus clientes, pareciera estar hablando de un trabajo, por otro lado, también parece mostrar tener autonomía y marcar un fuerte ámbito, que distingue su posición a la del ‘patrón’” (Peralta, 2006:102).⁷Esto conlleva a contextualizar factores implícitos favorables para las prácticas clientelares, como ineficiencia administrativa, burocrática, bajos niveles educativos y debilidad de organizaciones sociales sobre clases subordinadas.

En el escenario mexicano surge una relación vertical en forma institucional de patrón-mediador (y cliente), al mismo tiempo, posee horizontalidad e interacción de mediador-cliente, en efecto, el mediador está vinculado a las mismas necesidades que sus clientes, por consiguiente, tiene su máxima expresión en periodos electorales, pues cumple como mecanismo de control social y poder político (valiéndose de escenarios con mayor marginalidad y pobreza), éste contrae acercamientos más notorios, tanto de instituciones partidarias correlacionadas con empresas privadas, sociedades civiles y grupos de acción

⁷ Para otras aproximaciones a esta cuestión Peralta (2006:102) ha sugerido: “Su prestigio está en este compromiso por los que no pueden defenderse por sí solos, y en la fuerza y seguridad con que ella puede hacerlo, ocupando un lugar central, la ‘palabra’. Aquí también hay un reconocimiento del mediador como una tercera posición y estrategias que permiten marcar una diferencia con las otras dos posiciones –clientes y patrones–”.

barriales, partidistas, sindicales, entre otras, para estar al tanto de necesidades reales dentro de grupos vulnerables o no, y así, generar estrategias más plausibles para sus intereses a partir de subsanar por incentivos a corto o largo plazo, sean materiales o simbólicos, dentro de estos grupos.

Será así como algunas de las pautas que encontramos dentro de *la teoría del nuevo institucionalismo de North*, entre otros autores que encajan, hará referencia a que:

Los organismos se crean con un propósito deliberado, como consecuencia de la oportunidad, la cual en general es debida al conjunto de limitaciones existentes (tanto las institucionales como las tradicionales de la teoría económica), y en el curso de sus empeños para lograr sus objetivos constituyen una fuente principal del cambio institucional (North, 1990:16).

Tenzer (1991) infiere que la sociedad ya no se percibe de manera coherente, por ello, es incapaz de conducirse en unidad. El autor desprende la teoría de la despolitización, que es una teoría objetiva para percibir mejor el objeto de esta investigación. Surge en escenarios de crisis política en sociedades con síntomas de estrechamiento del espacio político, sentido de inestabilidad política, desaparición de voluntad en alcanzar *sentido común*.

Un antagonismo creciente entre sociedad y política, desaparición de propuestas a proyectos políticos, modificación de la naturaleza de decisión con criterios técnicos, mas no de significación política; con un criterio de legalidad y no de legitimidad; causas ideológicas de lucha y división política, sustituidas por otras de orden cotidiano y supeditadas a la sobrevivencia (Tenzer, 1991).

A grosso modo, el clientelismo se entiende como una mención al intercambio incentivado, una serie discontinua de actos generosos basada en dinámicas de

reciprocidad trascendente, en que el aliciente remite al contra obsequio; hecho que prácticamente en la sociedad esta tácitamente admitido, pues no se devuelve inmediatamente, pero tiene un referente temporal, generando un contra obsequio, posteriormente permitiendo dos actos perfectamente simétricos que parecieran actos únicos no vinculados, un toma y daca no determinado por el incentivo inicial. La teoría de la *acción racional* enfatiza los arreglos clientelares, como reflejo de preferencias electorales y poder patronal, el papel de mediadores y clientes; explicando la acción de estos últimos por la búsqueda del mediador o proveedor de recursos que buscan alcanzar los objetivos en común (Einsenstadt y Roninger *Patrons en Trotta*, 2003:24).

La utilidad asienta una explicación del orden costo-beneficio, deja de lado la existencia de múltiples relaciones que no se establecen de esta relación, por ejemplo, desde el altruismo o desde la reciprocidad, entendida como igualdad de costos relativos.

Ciertamente cuando examinamos los costos que surgen como son secuencia del marco institucional vemos que son resultado no nada más de ese marco, sino también de las organizaciones que se han creado como consecuencia de él. (...) Son grupos de individuos enlazados por alguna identidad común hacia ciertos objetivos. Modelar los organismos es analizar las estructuras de gobernación, las capacidades, y la forma de aprender haciendo determinar el éxito de la organización a lo largo del tiempo (North, 1990:15).

Desde explicaciones funcionalistas, supone la norma de reciprocidad, según las partes, con relación a una norma moral basada en beneficios a quien da beneficios; seguida de interacciones previas, que, al internalizarse, pasan como conducta intencional, influyendo en la motivación para retornar beneficios.

Dada la fuerza que se presenta al momento de tomar una decisión por las partes interesadas, las normas actuarán en forma que se pueda facilitar el

intercambio político o económico, dada en su actual estructura de derechos (y la naturaleza de la obligatoriedad) define entre las partes existentes, una maximización de los participantes que puede consumir una realidad formando intercambios políticos o económicos. El intercambio incluye negociaciones hechas al interior de un conjunto de instituciones, sin embargo, los participantes en torno a éstas consideran que vale la pena destinar recursos a alterar la estructura básica de la política para reasignar ciertos derechos.

El grado de diversidad de los intereses económicos y políticos, y su fuerza relativa de negociación, influirá en la estructura de las reglas bajo la lógica inmediata de que mientras más numerosos sean los intereses, se reducirá la probabilidad de la simple mayoría (en la política), aumentando la probabilidad de una fractura, facilitando formas complejas de intercambio (parcialmente formal pero también parcialmente informal) (North, 1990: 67-68).

Desde la visión de North (1990), las respuestas se centran en la diferencia entre instituciones y organizaciones, pues la interacción entre ambos determina la dirección sobre el cambio institucional. Las instituciones, junto con las limitaciones ordinarias de la teoría económica, determinan oportunidades en la sociedad. Los organismos son creados para aprovechar esas oportunidades y, conforme evolucionan, éstos van alterando las instituciones, es así que, el cambio institucional está conformado por:

- 1) El entrelazamiento que es producto de la relación simbiótica entre las instituciones y las organizaciones que se han creado por evolución como consecuencia de la estructura incentivadora que proporcionan esas instituciones; y 2) el proceso de retroalimentación por medio del cual los humanos percibimos y reaccionamos a los cambios que se dan en el conjunto de oportunidades (North, 1990: 18-19).

North hace referencia a Rusell Hardin (1982), el cual se centra en el dilema del prisionero de n-personas, para explorar las dificultades que presenta la acción colectiva en grandes grupos. Pues las dificultades de la acción colectiva no sólo dependen del tamaño del grupo, sino también de la relación de costos y beneficios, ya que, pueden presentarse convenios o acuerdos (que deriven en alguna forma de orden social), en particular cuando hay asimetrías en que los participantes exploran los motivos y capacidades de otros en juegos repetidos. Hardin afirma que pueden llegarse a acuerdos cuando se adoptan estrategias condicionales. Sin embargo, éstas implican vigilancia y coacción (mediante amenazas) (North, 1990).

Así mismo, el neoinstitucionalismo, o nuevo institucionalismo, asume un papel en la ciencia política a través de un marco analítico. Autores como Douglas North (1990) y Jon Elster (1996) apelan a una reflexión acerca de los costes de transacción. Por su parte, Elster sustenta que el individualismo metodológico es inherente en la teoría de la acción racional y utiliza como técnicas de análisis la teoría de juegos, con la ventaja de que no idealiza, como lo señala Ayala (1996), las estructuras de derechos de propiedad, ni las elecciones a favor del bien común.⁸

Respecto a las instituciones en concepción de Elster y North, este último hace énfasis:

(...) como las reglas del juego en una sociedad o más formalmente, son las limitaciones ideadas por el hombre que dan forma a la interacción humana. Por consiguiente, estructuran incentivos en el intercambio humano, sea político, social o económico. El cambio institucional conforma el modo en el que las sociedades evolucionan a lo largo del tiempo, por lo cual es la clave para entender el cambio histórico (North, 1990:15).

⁸Las referencias a los autores son para sustentar el análisis realizado por quien aquí escribe.

Tras la agenda de estudio, North ve a las instituciones como reglas de juego en una sociedad más formal, proveedora de soluciones para las limitaciones ideadas y modeladas por la interpretación humana. Por lo tanto, es una estructura de incentivos en el intercambio humano. La definición de esas reglas se explica mediante la cooperación; habla de paradigmas políticos y sociales, pues no tiene una respuesta única, ya que conserva la relación entre los problemas de la historia, la economía y la ciencia política (del neoinstitucionalismo), vistas como entes que cuentan el enfoque económico, estructuran técnicas racionales e interacción de estrategias entre actores individuales y colectivos.

Las instituciones incluyen todo tipo de limitaciones que los humanos crean para dar forma a la interacción humana (...) (pueden ser formales e informales), pueden ser una cosa u otra, pero yo estoy interesado tanto en limitaciones formales, por ejemplo, normas que idean los humanos, como en limitaciones informales, tales como acuerdos y códigos de conducta. Las instituciones pueden ser creadas como lo son las constituciones políticas de los Estados; o bien evolucionar simplemente a lo largo del tiempo, cómo evoluciona el derecho consuetudinario. (...) Las limitaciones institucionales incluyen aquello que se prohíbe hacer a los individuos y, a veces, las condiciones en que algunos individuos se les permiten hacerse cargo de ciertas actividades (North, 1990:14).

También se cuestiona el ámbito tradicional del Estado, donde aparecen nuevos temas de análisis tras generar teorías al respecto, donde no se define el interés común por la institución o ésta es una variable explicativa de otras cosas, sino que, las conductas son orientadas por arreglos a fines, los sectores se adecuan a sus medios de acuerdo a sus intereses individuales y maximizadores, la lógica de lo conveniente.

Las instituciones existen y reducen las incertidumbres propias de la interacción humana. Estas incertidumbres surgen como consecuencia de la complejidad de los problemas que deben resolverse y de los programas de solución de problemas (estamos usando terminología de computación) poseídos por el individuo. (...) Este modelo de política se

vuelve un paso más complicado cuando introducimos el concepto de un organismo representativo que refleja los intereses de los grupos constituyentes y su papel en la negociación con el gobernante (North, 1990:41 y 69).

Pues, las instituciones no son creadas por fuerza ni tampoco para ser eficientes socialmente; más bien estas instituciones, o cuando las reglas formales, son hechas para servir a los intereses de quienes tienen el poder de negociación para idear nuevas formas (North, 1990).

North toma como punto de referencia a los consecuencialista March y Olsen, que no tienen el mismo sistema de valor en utilidad, sino que se dejan llevar por una conducta alineada, idónea en un espacio determinado y de cierta forma, proveniente de la instrucción y organización de instituciones. Así también la rutinización y normativas son aporte de la sociología de las instituciones, teniendo una perspectiva distinta de los actores, para algunos será diferente y racional, para otros no; otras causas de deficiencia racional son el conformismo, el anti-conformismo mostrando la debilidad de la razón.

Los individuos hacen sus elecciones en modelos derivados subjetivamente que divergen entre los individuos en tanto a la información que reciben los actores es tan incompleta que en la mayoría de los casos estos modelos subjetivos no muestran tendencia alguna a converger. Únicamente cuando entendemos esas modificaciones en la conducta de los actores podemos encontrar sensatez en la existencia y estructura de las instituciones y explicar la dirección del cambio institucional (North, 1990:31).

En lo que respecta a la teoría sobre los microfundamentos y retomando su relación con la metodología sobre análisis marxista, surge la cuestión de la justicia,⁹ cabe aclarar que está, por parte del autor a manera de vínculo, abarca la

⁹ Según Gargarella (1995:237), Zayid Husami “cita la idea de «a cada uno de acuerdo con su contribución», que vendría a sintetizar la visión de [Karl] Marx sobre la justicia socialista, y que permitiría criticar a la distribución capitalista vigente. Jon Elster parece sostener una postura similar a la de Husami, aunque va un paso más allá que el anterior. Según el autor noruego, Marx

preocupación de los mismos marxistas analíticos por microfundamentos, desentrañando las creencias y motivaciones de individuos ocupándose por tener como justicia e igualdad, habitualmente menos apreciado por el marxismo.

Respecto al liberalismo como valor de autonomía emparentado con la autorrealización, según Gerald (1995:237), prevé actividades con posibilidad de frustración y tendría que ver una relación de perfeccionismo especializada en lo particular al máximo posible; así mismo, para Elster es una negativa, ya que la opción de no ser libremente adoptada esa misma aspiración de autorrealización resultaría frustrada; por ende, la autorrealización está ligada al libre desarrollo de algunas capacidades individuales, no alejada de reclamo al “liberalismo igualitario” (Gargarella,1995:237). Siguiendo la misma línea de sentido, propia del autor respecto al marxismo analítico y liberalismo igualitario, éste es respecto a la búsqueda de la sociedad que hace posible el desarrollo individual autónomo, liberándolo de cargas circunstanciales y permitiendo sean responsables de su propio destino (Gargarella,1995: 238).

Sobre la relación del autor Gargarella respecto a la filosofía de la historia de Marx, haciendo una breve tangente que ligue de interés el estudio a partir de la abstracción de las circunstancias al clientelismo como fragmentos de hechos (teoría más desarrollada por Gerald A. Cohen),¹⁰ dotados de claridad y de

sostiene otro principio de justicia, más radical, destinado a aplicarse en la «superior» etapa comunista. De acuerdo con este principio, debe «tomarse de cada uno de acuerdo con su habilidad, y darle a cada uno de acuerdo con su necesidad».

¹⁰ Cohen sintetizó la visión de Marx sobre la filosofía de la historia en 2 tesis: 1.- Primacía de las fuerzas productivas, éstas constituyen un factor explicativo primario para entender cambios sociales de larga escala y estabilidad de estructuras sociales. 2.- Desarrollo, las fuerzas productivas se desarrollan a lo largo de la historia, permitiendo que estructuras sociales menos productivas sean reemplazadas por otras más productivas (Gargarella, 1995:239). Cohen no declara como pasan estos cambios. “Y aquí se agrega otro clásico planteamiento de los analíticos,

reivindicar las tesis esbozadas de Marx sobre la evolución de la historia, dada de contenido empírico permitiendo afirmaciones comprobables o refutables.

En cotejo de las definiciones:

María Inés Peralta	<p>Lejos de combatir el clientelismo, estrategias descentralizadoras y focalización, tiende a recrearlas de forma diferente, expresa, ambos criterios influyen directamente en la centralidad que adquiere el espacio del territorio para la implementación de políticas sociales, influidos de una territorialización de conflictos. Desde la práctica de receptores de políticas focalizadas a su vez en el espacio territorial de sectores urbanos pobres, cuenta su mirada sobre el juego clientelar, relación establecida entre clientes y mediadores, descubriendo rasgos que complementan el análisis sobre clientelismo político.</p> <p>Peralta adquiere el “clientelismo” perfilado en reconocer las necesidades ciudadanas- clientes, por parte de instituciones, partidos e incluso sociedad civil, lo que sugiere un mejor enfoque más asertivo sobre los diferentes causes entre políticas públicas, voto, y de carácter popular, en la correlación con instituciones públicas y privadas. Por lo tanto, este término ha permeado los límites del lenguaje puramente académico para ser parte del léxico empleado por los gobernantes, sindicales, integrantes de movimientos sociales, periodistas y ciudadanos en general</p>
Auyero Javier	<p>Define en términos generales como relación de dominación, compleja, anclada, una relación de dominación en tanto se sienta sobre lazos verticales de control-dependencia, basados en diferencias de poder. En esta relación se da un poder simultáneo de recursos y servicios materiales–instrumentales y simbólicos-</p>

derivado de la apelación al individualismo metodológico, del recurso a la teoría de los juegos, y del estudio de los problemas de la acción colectiva. La idea, en este caso, es que las conductas colectivas suelen generar problemas de coordinación, por lo que no es obvio cuál puede ser el resultado de una multitud de individuos actuando conjuntamente: puede que tales acciones individuales lleven al crecimiento de las fuerzas productivas, como puede que no” (Gargarella, 1995:240). Ejemplo de esto es lo siguiente: “En el capitalismo, individuos que actúan de modo autointeresado, e intercambian bienes entre ellos, pueden generar un incremento en la productividad general del sistema en tanto y en cuanto existan ciertas instituciones políticas y sociales que hagan posible un adecuado funcionamiento del mercado (así, derechos de propiedad estables, etc.)” (Gargarella, 1995:240). Partiendo de esto, la primacía explicativa de las fuerzas productivas en el estudio de cambios sociales genera duda, “ya que, a nivel explicativo, el recurso a las fuerzas productivas es tan importante como lo es la apelación al comportamiento racional de los individuos” (Gargarella, 1995:240). Del mismo modo, “no se explica por qué es que los problemas de coordinación van a tender a resolverse con el paso del tiempo” (Gargarella, 1995:240). En definitiva, la objeción a lo propuesto por Cohen consiste en “marcar una enseñanza típica de los estudios acerca de la acción colectiva y la teoría de los bienes públicos: una acción puede frustrarse, aunque todos tengan intereses comunes y actúen racionalmente, por la pretensión de cada uno de lograr los beneficios en cuestión incurriendo en los menores costos personales posibles” (Gargarella, 1995:240).

	sociales (promesas de lealtad y solidaridad), la existencia de intercambio incide en el no reconocimiento de carácter dominador de la relación.
Trotta Miguel	Define como una relación social, que se produce en un espacio microsocioal entre quien detenta poder político desde una estructura burocrática partidaria o desde un organismo político estatal y la ciudadanía.
Jean Bourdieu	Hace mención al intercambio de obsequios como serie discontinua de actos generosos
Levi Strauss	Lo describe como una estructura de reciprocidad trascendente a actos de intercambio, pues el obsequio remite al contra obsequio; hecho que prácticamente en toda sociedad es tácitamente admitido, que no se devuelve inmediatamente lo recibido, que equivaldría a rechazarlo, haciendo referente al intervalo temporal, mostrando la función del mismo consisten en hacer pantalla entre el obsequio, contra obsequio, y permitiría que dos actos perfectamente simétricos parecieran actos únicos, no vinculados
Teoría de la acción racional	Se enfatizan arreglos clientelares que reflejan preferencias, elecciones y poder oscilatorio entre patrones, mediadores y clientes; explicando la acción de estos últimos por la búsqueda del mediador que puede proveer recursos y su misión de utilidad asienta una explicación del orden costo- beneficio, deja de lado la existencia de múltiples relaciones que no se establecen de esta preocupación, por ejemplo, desde el altruismo o desde una reciprocidad entendida como igualdad de costos relativos.
James Scott	Define el clientelismo como un tipo específico de intercambio de roles entre dos personas, grupos o sociedades, que transforman una relación puramente instrumental donde el sujeto de estatus socioeconómico más elevado, en este caso el patrón, utiliza su lugar de estructura, su influencia y sus recursos para proteger, a través de beneficios, a un sujeto de estatus menor o subalterno en términos decisivos, quien en forma recíproca ofrece lealtad, apoyo general y servicios generales a su patrón.
Günes Ayata	Define (clientelismo) como la tensión propia por naturaleza política moderna, que fomenta la creciente participación de masas en vida pública, pero dejando abiertas desigualdades del mercado; los cambios, la movilización geográfica y social modifican los modos de relación social produciendo sentimientos de desarraigo, ansiedad e inseguridad.
Powell	En términos asimétricos y desiguales, acentuación en carácter de reciprocidad, el sujeto como fundante en una dimensión práctica, debido al intercambio de bienes y favores Desde la perspectiva académica, hace cortes de estudio antropológico, para describir relaciones sociales jerárquicas de sociedades sobre un corte patrimonialista basado en economía fundamentalmente agraria, es retomado más adelante por cientistas políticos para designar un tipo de relación política

	presente en sistemas políticos de diferentes países y al que denominan como el modelo patrón-cliente
Funcionalismo de Durkheim	<p>Las actividades parciales de los elementos contribuyen a la actividad total del sistema del que forman parte.</p> <p>El clientelismo se coloca la noción de "norma de reciprocidad", donde las partes se relacionan para compartir una norma moral basada en dar beneficios a quien da beneficios; norma seguida de interacciones previas, que al internalizarse pasan a seguir la conducta intencional, influyendo en la motivación para retornar bene; Durkheim partía de la exigencia objetivamente, expresada al tratamiento de hechos sociales "como cosas" (no en sentido de cosificarlos sino de "observarlos desde afuera". la comprensión de fenómenos derivada de su tratamiento objetivo. A fin, de investigar en primer lugar la causa del fenómeno y en segundo lugar su función, aclarando que "hacer ver para qué es útil, un hecho no es explicar cómo ha nacido ni cómo es lo que es", con lo que formulaba una acertada crítica anticipada al futuro funcionalismo</p>

Fuente: Elaboración propia con base en Auyero, Javier (1997). *¿Favores por votos?: estudios sobre clientelismo político contemporáneo*, Losada, Buenos Aires
Bourdieu, Pierre (1997). *Razones prácticas sobre la teoría de la acción*, Anagrama, Barcelona
Popper, Karl (1991). *Conjeturas y refutaciones*, Paidós, España;
Trotta, Miguel. E.V. (2003). *Las metamorfosis el clientelismo político. Contribución para el análisis institucional*, Espacio, Buenos Aires.
Peralta, María Inés (2006). *Las estrategias del clientelismo "social"*, Espacio, Buenos Aires.

1.6. Acopio conceptual

El acopio conceptual tiene la finalidad de reunir definiciones, cuya intención es exponer de forma breve y concisa conceptos que se pueden relacionar entre sí, aportando un sustento de significado.

- Sistema cultural: cuerpo precisamente conectado entre creencias y juicios que vincula correctamente un sentido más asociado con el modo que se aborda un mundo, donde se producen nociones conceptuales sobre el entorno y reconocimiento sobre la realidad (Peschard, 2012:10).
- Capital social: es similar de capital, fortaleza y recursos que mediadores identifican, son "los conocidos" en diferentes trayectorias, red de relaciones

construidas con diferentes actores, distintas extensiones y densidad (Peralta, 2006:96).

- Capital cultural: las pertenecientes a redes y relaciones más o menos durables, es elemento central y base donde emergen diferentes modos o estilos de gestión en tanto saberes adquiridos al circular por las mismas. En el marco común, este capital se incorpora a cada mediador, rescata o prioriza estrategias de un mundo de significaciones al que accedemos a través de una explicación interpretativa, este análisis al que Geertz (1994) llama descripción densa o analítica, en ella, los datos son “interpretaciones de interpretaciones de otras personas sobre lo que ellas y sus compatriotas piensan y sienten”. Y agrega, “la mayor parte de lo que necesitamos para comprender un suceso particular, un rito, una costumbre, una idea, o cualquier otra cosa, se insinúa como información de fondo antes que la cosa misma sea directamente sea examinada” (Geertz *cit. en* Peralta,2006:58-60).
- Mediador: su prestigio está en el compromiso por los que no pueden defenderse solos, la fuerza y seguridad con que puede hacerlo, posee un reconocimiento sobre estrategias que le permiten marcar una diferencia con otras dos posiciones –clientes y patrones–. Los mediadores sociales se ubican a medio camino, entre relaciones clientelares e intercambio, como componente de horizontalidad y equivalencia sobre el intercambio. Aporta accesibilidad para aquellos que enfrentan distancias o dimensiones clientelares, son actores que intervienen en el campo de las redes sociales.

1.7. Estrategia metodológica

Este documento requiere un perfil que exponga tanto agentes involucrados como lecturas de fuentes secundarias, generando un privilegio respecto a la perspectiva interpretativa en la gama de estudios de caso (King, Keohane y Verba, 2000), para lo cual, uno de los fines aplicados, el crítico-evaluativo, implica la descripción y explicación de fenómenos específicos, cuya ventaja apela a la búsqueda de contradicciones centrales de fenómenos concretos, también es denominado método abierto (Cortés, 2000), debido a que no cierra posibilidad alguna de sintetizar aspectos ligados a la reconstrucción real a nivel de lo pensado.

Lo que define la perspectiva materialista dialéctica de este estudio, es el énfasis sobre la totalidad de las ideas. Si bien, los aportes a esta perspectiva por teóricos como Marx y Engels, es el reconocimiento vinculante entre condiciones materiales de existencia del hombre, su modo de pensamiento y acción, encontrando esta perspectiva anclada a la esfera económica con un papel determinante en la vida social, por ello, este trabajo capta determinaciones económicas que dan forma a características del método dialéctico marxista, pues es así, como la idea de totalidad (abstracción) a él asociada, puede resultar ser un mecanismo partidario del método abstracto-deductivo.

Así mismo, los mecanismos de abstracción deben reemplazarse unos a otros tras la constante evaluación del objeto de estudio determinando *aproximaciones sucesivas* (Sweezy, 1975), que consisten en avanzar de lo más abstracto, paso a paso, hacia lo más concreto, eliminando suposiciones simplificantes en etapas sucesivas de la investigación, de modo que la teoría considere explicaciones de una esfera cada vez más vasta de fenómenos reales; así también, la mención de

Karl Popper (*cit. en Almond y Genco, 1999*), sobre las verificaciones de teorías implícitas que son los actos que determinan la adecuación de hechos que sean confirmados en distintas posturas. En primeras formulaciones, la evaluación de teorías aquí desarrolladas, pueden adoptar recursos bibliográficos y otras fuentes, debidamente colocados en interpretación de manera que puedan redactarse tras trabajar su estatus científico.

Es por eso que este trabajo intenta captarlas determinaciones contextuales que desde una perspectiva de totalidad encuadren y expliquen los cambios operados en las dimensiones componentes del fenómeno estudiado (Trotta, 2003:14). Esta investigación se auxilia de connotaciones económicas, sociales, históricas y psicológicas.

Wallerstein sugiere una influencia en la teorización social por medio de una aparente metaconstrucción en los conceptos; de manera que el manejo de instrumentos que podían contribuir al estudio de las dimensiones del pasado “por debajo” o “atrás” de las instituciones, ideas y acontecimientos históricos (como el cambio económico, crecimiento demográfico, movimientos sociales, actitudes y comportamientos de masas, protesta social y patrones de votación), conceptos analíticos y enfoques que pueden establecer oposición o acentuar enfoques hermenéuticos; generan datos que pueden ser manejados por otras variables o indicadores en las ciencias sociales de tal manera que las ciencias empíricas generan datos que pueden ser uniformados, aislados y correlacionados(Wallerstein, 2013).

Ahora bien, la estrategia predominante cualitativa diseñada para la recolección de datos tiene un sustento central y decisivo tras una elección metodológica de

disertación considerada: estudio de caso, para desarrollo del tema en curso captando su magnitud social y abordándole con carácter racional. Se elaboró un breve referente a la teoría que plantea Jean Bourdieu, que se especializa en la temática clientelar en un marco psico-social, destacando la economía de bienes simbólicos, “pues el universo económico proviene de varios mundos económicos dotados de racionalidades específicas, que suponen y exigen a la vez unas disposiciones razonables (mejor que racionales) plantea el autor, las cuales son ajustadas a la regularidad inscrita en cada uno de ellos a las razones prácticas que los caracterizan” (Bourdieu , 1997:159-164).¹¹

Cabe enfatizar la interpretación del neoinstitucionalismo o nuevo institucionalismo, funciona y tiene la efectividad al entender que cada sistema social desempeña una serie de funciones sean: social, político, económico o cultural, así mismo, la interacción entre éstos se ve afectada por normas, incentivos, tradiciones y rutinas creadas por el hombre para modelar sus acciones. Desde la perspectiva de North respecto al neoinstitucionalismo, el subyacente estructural social al que se pertenece, trata de ajustar opciones para modelar nuevos problemas, de ahí, se pueden tomar fundamentos que vuelvan a un reduccionismo que retorne a la unidad básica y posteriormente construir una teoría para tratar de lidiar con ese problema. Las instituciones son imperfectas tras la construcción gradual entendida en dos formas, una proveniente de la familiarización con el entorno y la propia educación, en términos generales, sus

¹¹ Este texto es la transcripción de dos clases del Collège de France impartidas en la Facultad de Antropología y de ciencias Sociología de la Universidad Lumière Lyon II, en Febrero de 1994, Describe determina y comparte las condiciones objetivas para que los agentes sociales tengan interés en el desinterés, lo que puede parecer paradójico; dado esto en el sentido práctico empezando por los principios básicos de la economía simbólica, comenzando por el análisis de los obsequios. Debe tomarse con todas las reservas.

creencias heredadas del pasado, pero a la vez, limitado y restringido para uso y construcción del modelo económico estándar ya establecido fundamentalmente.

La construcción en la cabeza del funcionamiento estructural neoclásico, lo trata, como una forma del conjunto de instituciones, que está en la práctica de organizaciones (político, económico, sindical, etc.) para jugar el juego, de como algunas formas se combinan en otras formas, se cambian las reglas y se hace por medio de la política, en acciones de una sociedad democrática y de los cuerpos representativos tras la estructura organizacional.

Los individuos persiguen sus propios intereses mejorando las redes sociales de bienestar, transformando sus partes interesadas en mercado político (los mercados hacen cosas relevantes para la política, con un alto costo de transacción, donde jugadores escuchan atentamente lo que pueden hacer mejor a través del mercado político).

Desde la disposición económica de North, el mercado genera algunas condiciones de interés entre los individuos, lo que da pauta a las instituciones, y éstas a su vez generan una estructura organizacional que dispone las reglas que modelen al mercado. Respecto a la esfera social, ésta genera una conexión entre particulares fomentando un mercado de comunicación, pues en conjunto, ante los conflictos de individuos y su respectiva regulación, el autor considera una característica de normatividad que se expresa en las estructuras sociales y es que éstas pueden bajar las normas sociales de integridad, lo que da pauta a normas informales que bajan por cambios de dinamismo (apartado de normas formales e informales).

Ante párrafos anteriores, para entender el vínculo entre la abstracción en mecanismos de Marx captado por Paul Sweezy y un neoinstitucionalismo proyectado por North, será a través de Jon Elster, donde un marxismo analítico dispone un marxismo claro; el marxismo analítico, en breve preámbulo se da a principios de 1970. El autor Roberto Gargarella (1995:17-18) hace mención a una coincidencia de trabajos relativos a Cohen y su publicación *Teoría marxista de la historia* de 1978, posterior a esto sería que Elster describe como un “pensamiento claro”, explicando el marxismo analítico con nota clara de “no dogmatismo”. Gargarella (1995:232) hace referencia a la descripción de rasgos del marxismo analítico de Erik Olin Wright donde:

(1) tienen compromisos con las normas científicas convencionales, enfatizando el valor de la investigación empírica y someten sus argumentos a una crítica y revisión permanente; (2) recuperación de la definición de conceptos y por la coherencia de los análisis distintos que se llevan a cabo; (3) el explícito uso de modelos abstractos altamente formalizados como en la teoría de juegos y otras veces menos formalizados como en los modelos causales; (4) importancia otorgada a acciones internacionales de los individuos, tanto en teorías explicativas como en las normativas.

Retomando el contenido de Gargarella, que denota el individualismo metodológico como rasgo común del marxismo analítico, éste retoma a Elster desde su perspectiva, que implica “considerar todas las instituciones, patrones de comportamiento y procesos sociales, pueden ser explicados en principio de términos de individuos exclusivamente sus acciones, propiedades y relaciones” (Elster, 1990:23); el individualismo metodológico no los compromete con el supuesto de que los hombres son egoístas y racionales en la idea de sujetos como “átomos” con existencia “pre-social”.

En relevancia, Elster (1990:22-23) en su planteamiento revela la búsqueda de *microfundamentos*, la idea de que la caja negra debe ser abierta para mirar sus “tuercas y tornillos”. Cabe hacer un breve paréntesis, pues tal postulación entrecomillada es título que apela a la obra del autor, llamada *Tuercas y tornillos*, donde toma como referente “la unidad elemental de la vida social es la acción humana individual”,¹² perspectiva para explicar las instituciones y el cambio social, demostrando de qué manera surge como el resultado de la acción e interacción de los individuos, esta visión hace referencia al individualismo metodológico.

Una manera simple de explicar una acción es verla como producto final de dos operaciones sucesivas de filtración, empezamos con un conjunto grande de todas las acciones abstractamente posibles que puede realizar un individuo. Un primer filtro va a estar compuesto por todas las restricciones físicas, económicas, legales y psicológicas que enfrenta un individuo. Las acciones coherentes con estas restricciones forman su conjunto de oportunidad. El segundo filtro es un mecanismo que determina qué acción está dentro del conjunto de oportunidad que será realizada realmente. Exhibe los principales mecanismos generados por elección, principalmente por comodidad de exposición, más que por alguna norma. Se puede sostener en cambio que las normas sociales están entre las restricciones que debe enfrentar el individuo. Resulta más claro pensar en restricciones como una clara distinción entre lo que es factible y lo que no lo es (Elster, 1996:22).

Los estudiosos no concuerdan acerca de la importancia relativa de las preferencias y oportunidades al explicar la conducta, algunos economistas explican que tienen en esencia

¹² El término individuo o individual será empleado en sentido extendido, pues también toman decisiones en forma corporativa, como formas o gobiernos.

las mismas preferencias y deseos: solo difieren las oportunidades. Aunque suelen ser firmes defensores de la teoría de la elección racional, paradójicamente se ven llevados a sostener que la elección casi no importa, porque toda conducta debe explicarse por las variaciones de las oportunidades. Pero la mayoría de los científicos sociales creen que la gente difiere de sus deseos tanto como en sus oportunidades y esta opinión me parece tan obviamente concreta que no se requiere de mayor defensa (Elster, 1996:24).

Cabe sugerir que, en este caso los mecanismos que emplea Elster se ven ligados y compatibles por un institucionalismo de representación social, con la presión económica e impacto político, así mismo compagina con el método (abstracción), esto hace una relación sobre los campos del individuo (escuela, familia, grupos sociales, trabajo, etc.) que están implícitos en las decisiones de los sujetos y las esferas que entrelazan su realidad para darle sentido a su perspectiva.

Retomando la idea de la *caja negra* para observar el funcionamiento de comportamientos colectivos, éstos deben estudiarse a partir motivaciones y herencias de agentes que toman parte de ellos, destaca la elección racional en conductas corrientes, como acción del mejor maximizador, según criterio (el que maximiza y no simplemente satisface sus preferencias), teniendo en cuenta la información deseable, y dejando de lado visiones estructuralistas. *Conforme alternativas abiertas, éstas se reducen a una, y otras concepciones deterministas donde el individuo no elige, sino sus decisiones vienen predeterminadas por tradiciones, hábitos, normas sociales, etc.* (Elster, 1996:24).

Elster se ha dedicado a enfatizar límites y problemas de la metodología, ejemplo de ello es la racionalidad habitual de una decisión que resulte afectada, a partir de deseos y creencias como fueron moldeadas. Termina adaptando preferencias a modo de reducir *disonancias cognitivas* (tensión e incomodidad percibida al

mantener dos ideas contradictorias e incompatibles o creencias que no están en armonía con lo que hacemos), tras mantener una consistencia interna que empuje a asegurar creencias, actitudes y conductas, sean coherentes entre sí.

1.8. Método de estudio

Los objetivos de esta investigación buscan sustentarse con métodos de estudio que abarquen y apropien un orden sistemático, para que puedan descubrir las formas de existencia de los procesos, fases de desarrollo así como desentrañar sus enlaces internos y externos, esclarecer sus interacciones con otros procesos, generalizar y profundizar los conocimientos adquiridos de este modo, demostrarlos *luego* con rigor racional y conseguir *después* su comprobación en el experimento y con la técnica de su aplicación (Zorrilla, 1996:58-61).

El objetivo de los métodos de investigación en este trabajo, pretende el desarrollo de procedimientos y elementos de mejor manera, una acción indagatoria, que se mueve de manera dinámica en dos sentidos: entre hechos e interpretaciones, resultando un movimiento circular y no siempre con la misma secuencia, pues ésta varía de forma particular, en este caso, la implementación de un método mixto entre lo cualitativo y cuantitativo sustenta características necesarias que enriquecen dicha investigación, lo cualitativo puede desarrollar preguntas importantes, “cuya intención será refinarlas y responderlas; en tanto las aportaciones cuantitativas con frecuencia regresa a etapas previas, para ello requiere de la inmersión inicial en el campo hasta un reporte de resultados, en este sentido, la muestra recolección y análisis son fases que se realizan casi de manera simultánea”(Sampieri, 2010: 6-8). También, “la combinación de ambos

métodos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de la investigación, e implícita recolección, integración y discusión conjunta, para así generar inferencias, producto de toda la información recabada ‘metainferencias’ y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio” (Sampieri, 2010:546-547). En todo caso, también se puede apelar a su fusión de éstos como método de estudio de caso, y como herramienta de la investigación científica en cualquier área del conocimiento.

1.9. Metodología de investigación

1.9.1. Universo de trabajo. Población participante

Dentro del universo de trabajo se buscaron 30 ciudadanos practicantes en proceso electoral del 2012, que hubiesen intervenido o implicado en dicho escenario de manera tal, extraer su testimonio y mecanicidad participativa o si estuvo implicado, ya que la finalidad es determinar un sesgo conmensurable cualitativamente en perfil del mexicano promedio; pareciera ser un tema de próxima obviedad para saber quiénes son los implicados en una maquinaria clientelar, sin embargo durante el transcurso y recolección de información acerca del tema, cabe señalar que me he encontrado con el óbice anímico de algunos participantes sobre este tema, en su mayoría se ha vuelto parte de un *síndrome de hubris colectivo* (Chávez, 2013), soslayando plasticidad y complejidad del tecnicismo académico, reduciéndolo a lo que comúnmente se pretende o conoce sin profundizar en una prospectiva positiva o negativa; el aliciente que puede dejarse de ver negativo para transformarse en un mecanismo constructivo socialmente

hablando. Los sujetos seleccionados, provienen de delegaciones como: Tlalpan, Coyoacán, Gustavo A. Madero, Iztapalapa, Miguel Hidalgo, Benito Juárez y solo verbales de Xochimilco, Azcapotzalco y Tláhuac.

Dos terceras partes de los implicados son mujeres, puesto que los hombres se ven menos participativos o más apáticos, aunque ésta pueda ser justificable dada la variable que algunas son madres solteras, independientemente de su condición todas pertenecen al sector laboral de informalidad donde el suplemento de su sueldo está supeditado a propinas y sueldos temporales (*freelancer*). Tal esquema de vida puede contribuir a ser partícipes de ayudas sociales y programas de bienestar social, considerando el contexto mexicano donde más del cincuenta por ciento de población son mujeres, considerando que el 29% de las madres trabajadoras son jefas de familia (INEGI 2015). Así también, el incentivo va variando en los *quiénes*, los costos varían de acuerdo a la Delegación, pues la diferencia entre el incentivo de Coyoacán difiere por mucho al que se ejerció en Gustavo A. Madero, Tlalpan o Iztapalapa.

1.10. Técnicas de recolección de datos

Son mecanismos que ligan variables de investigación con la recolección de datos, en este caso, es la entrevista y encuesta verbal, instrumentos de captación para intereses del entrevistador previamente elaborados, libre de influencias para atraer opiniones del entrevistado-encuestado sin agregar ni omitir información. Se ha implementado un apartado que plasma algunos testimonios considerados relevantes para mejor interpretación del contexto y contenido de este trabajo.

La técnica pretende ordenar las etapas de la investigación, aportar instrumentos para manejar la información, llevar un control de datos, orientar la obtención de conocimientos. En cuanto a técnicas de investigación, se estudiarán dos formas generales: técnica documental y técnica de campo; la primera permite recopilar información que sustente teorías respecto al estudio de fenómenos y procesos, incluyendo el uso específico de instrumentos según la fuente documental a la que hace referencia. La técnica de campo permite observar en contacto directo el objeto de estudio y acopio de testimonios, así, confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de realidad objetiva (Vela Peón, 2001:73).

En este caso de estudio, la entrevista estructurada es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma, sin embargo, el contexto para el entrevistado puede generar un cambio en la connotación de la entrevista, y a su vez, cambiar de modalidad para elaborar una entrevista que puede estar o no estructurada, mas no deja de ser indispensable un cuestionario previamente elaborado que sirva de guía ante dada situación.

La entrevista persigue el objetivo de adquirir información sobre las variables de estudio, el entrevistador debe tener clara la hipótesis, variables y relaciones que busca demostrar; a manera que pueda elaborar un cuestionario adecuado e imprescindible para esclarecer su tarea de investigación, así mismo, las preguntas de apoyo que ayudan a desarrollar la entrevista.

Al preparar la entrevista/encuesta que definan las propiedades valorativas (variables dependientes-independientes) estableciendo calificaciones, gradación

cualitativas o cuantitativas, que permitan medir con exactitud la dependencia entre magnitudes estudiadas, calculando la correlación entre ellas aplicando métodos propios de estadística. Zorrilla (1996:168-172) hace mención al éxito de la entrevista dependiendo del nivel de comunicación, alcance, estructuración y preparación de las preguntas; condiciones psicológicas del sujeto, fidelidad y nivel de confianza para transcribir respuestas del entrevistado, así también, la no filtración y no influencia en respuestas que ofrece el entrevistado.

1.10.1. Metodología de la investigación

La metodología es el instrumento que enlaza al sujeto con el objeto de investigación, sin metodología es casi imposible llegar a la lógica que conduce al conocimiento, es el conjunto de procedimientos a través de los cuales se plantean problemas científicos y ponen a prueba hipótesis e instrumentos del trabajo. De ésta se deriva un plano de acción con las siguientes características:

- Exploratoria: prevé una visión general aproximada a una determinada realidad.
- Descriptiva: primordialmente describe características fundamentales sobre conjuntos homogéneos de fenómenos, utiliza criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento.
- Métodos empíricos de la investigación científica: conlleva al objeto y medios que revelen características fundamentales y relaciones esenciales del objeto durante la investigación; siendo accesibles a la contemplación sensorial, representan un contenido procedente de la experiencia,

sometiendo una elaboración racional expresada en un lenguaje determinado.

- Método lógico deductivo (Método deductivo/directo), inferencia o conclusión inmediata; es obtener un juicio sobre una premisa, es decir, llega a una conclusión directa sin intermediarios mediante silogismos lógicos, por estos, entiéndase un argumento que consta de tres proposiciones, se comparan los dos extremos (premisas o términos) con un tercero que descubra la relación entre ellos, su premisa mayor posee la proposición universal, la menor una proposición particular, de su comparación resulta la conclusión.
- Método de concordancia: compara los varios casos que presenten un fenómeno natural y señala las similitudes o repeticiones, como causa del fenómeno.
- Método de variaciones concomitantes: la variación del fenómeno se acompaña de la variación de otro fenómeno, concluimos que uno puede ser la causa de otro.
- Método de los residuos: consiste en eliminar o descartar circunstancias cuyas causas son conocidas del fenómeno. La circunstancia final o prevaleciente resulta como residuo, considerándose la causa del fenómeno.
- Método de abstracción: es muy importante para comprender el objeto, destaca la propiedad o relación de las cosas y fenómenos. No se limita a destacar y aislar alguna propiedad y relación del objeto asequible a los sentidos, sino que, trata de descubrir el nexo esencial oculto e inasequible al conocimiento empírico.

- Método sistémico: modela el objeto tras determinar sus componentes y las relaciones entre ellos. Esas relaciones determinan por un lado la estructura del objeto y por otro su dinámica (Ander Egg, 1996:58-61).

1.11. Metodología de estudio

En relación a la metodología de la entrevista, Valles toma el referente de N.K. Desing, al exponer signos de estandarización y programación en una primera fase, que destaque los supuestos que se fundamentan, pero no siempre se cumplen:

- 1) un estímulo similar para todos los encuestados, 2) redacción de preguntas con el mismo significado para todos los encuestados, 3) conseguir un contexto equivalente tras un orden similar en todas las preguntas, 4) y que todo sea posible tras estudios piloto, hacer una prueba de la encuesta y entrevista en este caso [Desing, 2002:24].

Los mecanismos anteriores proporcionan directrices metodológicas para éste trabajo. El objetivo de esta pesquisa torna métodos y mecanismos para mejorar su desarrollo indagatorio, pues prevé el dinamismo entre hechos e interpretaciones, resultando un movimiento circular y no siempre con la misma secuencia, variando según cada caso, por ello, la implementación de un método mixto, cualitativo y cuantitativo, ya que, los estudios cualitativos desarrollan significativas preguntas de investigación para refinarlas y responderlas, en tanto los aportes cuantitativos con frecuencia regresan a etapas previas, ello requiere una inmersión inicial en el campo, hasta un reporte de resultados en este sentido, la muestra, recolección y análisis son fases que se realizan casi de manera simultánea.

1.11.1. Cuantitativa

Fortino Vela Peón (2001) expone su estudio de subjetividad en relación a los individuos y su comportamiento social, en primera instancia con un enfoque

dominante, esencialmente positivista proveniente del análisis cuantitativo y de escala estadística, no obstante, plantea una insuficiencia, porque no considera una profunda contextualización sobre los entes individuales, no mantiene las complejas interdependencias inherentes de la vida social y en su segundo instante, la inadecuada información compuesta por técnicas tradicionales para dar cuenta de motivos y orientaciones psicosociales en el comportamiento de los individuos y su estructura social.

En tanto la representación gráfica representa un modelo sobre el cálculo de probabilidades de la vida diaria, información considerada a partir “del dominio de los elementos básicos del razonamiento estadístico, que facilite el dominio de elementos más complejos en un panorama amplio y en el proceso de aprendizaje acumulativo” (Ferris, 2008:5). Relevante a los principios del autor y de manera concreta, será preciso un pensamiento proporcional: como la visualización de *una parte de un todo*, la *imaginación estadística* requiere ver datos en varios contextos mayores asociados con la *imaginación sociológica*, es así como, las observaciones del comportamiento individual son perceptibles dentro de una estructura social mayor, en un segundo principio, realza las conclusiones sobre la población de sujetos y un tercera momento, donde la interpretación de datos debe tomar en cuenta las circunstancias prácticas y realidades culturales que proporcionan un significado esencial traducido en números.

1.11.2. Cualitativa

Según Cecilia María Souza (2014:5) la investigación cualitativa se distingue por la naturaleza de los objetos o sujetos, dado que, son dinámicos, impredecibles,

únicos y complejos, son los métodos de investigación relativos a ciencias sociales o humanas, tales como: teorías comprensivas, método etnográfico, biográfico, estudio de caso, investigación-acción, etc. (Marín, 2009:232). La entrevista como herramienta cualitativa en sus diferentes ajustes a la investigación presenta gran plasticidad expuesta por varios autores, cada uno con sus preferencias y herencias conceptuales, sin embargo, todos coinciden a su modo conceptual como: una relación de conversación de la vida diaria y su referente contextual dentro del espacio en la historia, narrando circunstancias bajo las cuales se presentan situaciones en torno a la formación y aceptación de un fenómeno social, económico, político o cultural (Vela Fortino, 2001).

La entrevista cualitativa encierra información que ha sido experimentada, absorbida e interpretada por el entrevistado, y sistemáticamente en márgenes factuales, como una definición comparada de la entrevista individual abierta, es el grupo de discusión y la entrevista de cuestionario cerrado sirviéndose del “modelo de las funciones del lenguaje de Román Jacobson” (Valles, 1997:195).

Lo que lleva a marcar distancias entre las perspectivas teóricas conductistas o utilitarias (que ven en la entrevista, la expresión de un yo “individualista”, “racionalizado”) y perspectivas constructivistas (que ven en la entrevista un yo narrativo) (...) que cuenta historias e incluye un bosquejo del yo, como parte de la historia” (Valles, 2002:11-87).

La aplicación sistemática tanto de la entrevista y encuesta estructurada se basan en la libertad; la no estructurada, en la profundidad de criterios y la semiestructurada, con criterios implícitos; una con otra se complementan para plasmar cribas resultantes a través de los ejes de la entrevista, así como interpelar a la semántica en las preguntas y su contexto de la misma forma (Vela Peón, 2001).

Vela Fortino Peón (2001) en torno a la paráfrasis anterior, ofrece un enfoque constructivista social durante el proceso de significación y producción, llegando a posturas estructuralistas, lo que él denomina como realismo materialista, una sensibilidad más teórica que denota la composición y referente de autores diversos para la construcción de un concepto, con términos previos *per se*.

En tanto al soporte mixto de técnicas de esta investigación, la entrevista y encuesta como herramienta principalmente híbrida, sugiere una reconstrucción de experiencias a un tiempo presente, así mismo, una pauta para manejar el sesgo de manipulación vinculada a la información, percepción, interpretación y premisas hipotéticas orientadas al proceso de conocimiento; sin dejar de lado el conjunto de reglas previamente estructuradas sobre la naturaleza de preguntas y respuestas, así como el registro de la información obtenida. En efecto, habrá que proceder con parámetros de validez, fiabilidad y legitimidad que intercedan en la autenticidad, concordancia y entendimiento en el campo de trabajo.

1.11.3. Instrumentos de captación

Tomando como instrumentos de captación, la encuesta con preguntas prescritas y la entrevista no estructurada para obtener un alto grado tanto de libertad como de profundidad en el tema, al respecto Brimo (1972:209) señala que “una entrevista no estructura, nunca se apoya a una lista de preguntas establecidas con relación al orden en que se efectúan o en la forma como son planteadas, sino más bien en una conversación más libre; la libertad varía dependiendo de tal naturaleza de la entrevista no estructurada que se trate”, tal sea el caso, genere una atmosfera de tolerancia, aceptación y comprensión, permita una dotada flexibilidad en las

preguntas dada la plasticidad de las preguntas, ajustándose a los hechos narrados por los entrevistados sin salirse del eje principal, respetando así mismo las medidas de la encuesta, dado que éstas generan estímulos para un desenvolvimiento de discurso, pues la información recopilada puede no estar apegada a las preguntas del instrumento, sin embargo, la información puede ser de gran importancia para una visión más amplia de los hechos y cómo se suscitaron.

Así también, se retoman rasgos de la entrevista denominada *etnografía clásica*, pues ésta comprende “el estudio de las experiencias pasadas y las vivencias presentes, ubicadas ambas en un contexto cultural específico, como opera la etnografía para descodificar y comprender la visión que los actores tienen sobre el mundo, y lo que permite la reconstrucción de la realidad social de una determinada comunidad” (Vela Peón, 2001:73).

Se ha determinado perfilar el instrumento en la denominación de entrevista terapéutica (Valles, 2002:11-87), además de que éste instrumento es híbrido con la encuesta, requiere en hechos un ajuste a las preguntas empleadas como mecanismos de elite y no de forma tan estandarizada, pues tiene más sustento en el aspecto convencional sobre los individuos y una contextualización con su grupo social, ésta requiere dominio del tema para una interpretación e indagación correcta, sea etnográfica o biográfica, y con la naturaleza cualitativa en su formación, sin embargo, la combinación de diferentes modalidades de la entrevista nos lleva a la acción real e intensificar el instrumento respecto a lo que se está construyendo. Valles (2002) avala que una entrevista real estará compuesta de diferentes clases de preguntas o de una combinación de ellas, las decididas con

anticipación, las que surgen en la realización de la entrevista y las que generan una aportación más asertiva para la encuesta.

1.11.4. Prototipo y diseño

Hay que entender la entrevista como mecanismo controlado de interacción personal, simbiótica–simbólica que retroalimenta éste proceso, apelando al contraste de la entrevista cualitativa como técnica indispensable en generar conocimiento sistemático sobre el mundo social, que permite ubicar el plano de intenciones y símbolos muchas veces ocultos y éstas mismas permiten descubrirlos; de ahí la iniciativa para implementar un anexo al final de este trabajo donde se encontraran algunos testimonios. “Bajo un diseño de entrevista semiestructurada, un planteamiento metodológico-técnico, implica una comprobación de modelos, tanto de construcción como verificación de la teoría dentro de una misma sesión o un aserie de sesiones, así mismo, valida los diferentes recursos y fuentes empleados o complementos de la información” (Valles, 2001:44).

El prototipo de esta encuesta/entrevista maneja parámetros con relación a la atmósfera que ejerce o recrea el clientelismo y la esfera socioeconómica que interviene en las posiciones de mediadores, de acuerdo a los alcances de cada situación. El primer bloque presenta preguntas de carácter personal, esenciales sobre sus datos personales, escolaridad, ocupación, condiciones de vivienda y en torno a esta última, los residentes de la vivienda misma, este apartado aunque parezca no tener importancia, implica cambios en las decisiones de ciudadanos acorde a necesidades directas e indirectas que surgen a partir de personas dependientes de los mismos, tales como hijos y adultos mayores o condiciones de

estado civil, como es en algunos casos sobre las madres solteras. Pues la práctica clientelar está sujeta a la condición económica (para algunos estratos) y el desarrollo de este apartado está estructurado con la mayor sutileza posible con la finalidad de perfilar el grado socioeconómico y de vida, pues hacerlo de forma más directa sería despectivo y aberrante para el participante dentro del instrumento de captación, clasificarlo dentro de un referente de pobreza o clase social.

En otro apartado se tiene en cuenta la cultura política con lo que está asociado, aunque en la mayoría de los casos rehúyen a las preguntas ante la falta de información de plataformas políticas o cultura política e incluso algunos de los sujetos mediadores o clientes, temen a ser criticados ante su inclinación por ciertos partidos políticos.

Las preguntas abiertas sobre los incentivos se elaboraron bajo un criterio laxo, para que al momento de departir, los argumentos pudieran ser más específicos sobre las preguntas de acuerdo a su experiencia en el sesgo semántico, pues existe un abanico de percepción, tergiversación y confusión del término clientelismo con la esfera de corrupción o fraude; por lo tanto, las preguntas inciden en algún regalo por parte de partido político, como se enteró del mismo y quien lo produjo, en palabras de Peralta, “los ¿quiénes y los cómo?” (Peralta, 2006).

Otro apartado trata la situación o vínculo bajo el cual hizo validar el incentivo, qué es lo que recibió y qué requirió para recibir el mismo, que va desde sólo promesas, hasta permutas con valor de uso, cambio y favores sociales; de alguna manera, delimitar la información a los detonantes más asertivos del clientelismo y del contexto en que se vivió el clientelismo durante el proceso electoral. En un

último apartado puede designar una serie de preguntas heterogéneas para conocer las características de la unidad de análisis, en perspectiva de su aplicación (individual vs grupal), su característica holística o de sólo un acto.

La sección de preguntas abiertas (a pie de la entrevista), son una opción para darle maleabilidad a la investigación, dado que los informantes orientan la investigación sobre su entendimiento en experiencias o situaciones personales tal y como lo expresan en sus propias palabras;¹³ algunas de las preguntas ya han sido incluidas dentro de la misma encuesta, el objeto de repetir algunas preguntas, es de reiterar su conocimiento, pues suelen omitir detalles o simplemente están distraídos en sus propias respuestas, pues será más efectivo descubrir y comprender las indicaciones culturales que ha adquirido durante la atmosfera de preguntas previas acerca del tema.

1.12. Estrategia metodológica: procedimiento

El estudio de redes clientelares tiene como dirección, la descripción y búsqueda de explicaciones dentro y afuera de la organización de actores sociales y políticos. Este estudio busca privilegiar una mejor comprensión y descripción del fenómeno, profundizar en el análisis discursivo de quién ocupa el lugar de mediador o broker, así mismo la perspectiva y experiencias del consumidor (ciudadano) partiendo del presupuesto en relaciones clientelares, pues éstas no dejan de ser relaciones entre sujetos individuales o colectivos, estas asociaciones inician de modo interpersonal (cara a cara) y envuelven necesariamente un análisis en sentido microsociológico con síntomas de despolitización, por lo que deben de ser

¹³V. Anexo al final del trabajo.

estudiadas cualitativamente desde la tesitura política. Peralta enmarca este principio en el “capital social” (Peralta, 2006:96-97), pues la identidad entre mediadores y clientes se reconoce en diferentes trayectorias, vínculos construidos a partir de diferentes actores, extensiones y densidad.

Este trabajo asume formas emergentes montadas sobre el sistema representativo social, ideológico o partidista, explorado a través de herramientas como la entrevista y la encuesta, asumiendo la observación de los participantes y su entorno social; los criterios exclusivos de utilidad o maximización de recursos; las permutas físicas o simbólicas adheridas e intercambiables entre actores; las instituciones, desde el aparato estatal, gobierno federal, partidos políticos, hasta instituciones fiscalizadoras y reguladoras; así mismo, un historial que revele el contexto previo al periodo electoral y su capacidad de recrearse.

La justificación metodológica es a través de testimonios de partícipes en la red clientelar, sustentados en el *cómo se otorgan y bajo qué condiciones sociales*, aclarando los alcances reales de procesos de control, politización y dominio, fenómenos a evaluar mediante un análisis de profundidad según el contenido discursivo y abstracción relativa a entrevistas y encuestas realizadas.

Tras un análisis empírico, la sociedad ha visto reducidas sus probabilidades de solución a grandes problemáticas sociales, agudizadas por la implementación de programas más pragmáticos pero poco eficientes, por ende, las consecuencias son una contracción de políticas sociales desde el seno del Estado, anomias ante condiciones estructurales en el periodo electoral del 2012, evidencias como la inseguridad económica, y la dificultad sobre derechos sociales, terminaron por

agravar y crear condiciones de producción y en algunos casos reproducción de limitaciones materiales o simbólicas.

1.12.1. El método

La diferencia entre método y metodología reconoce una complejidad entre el espectro de la relación sujeto→sujeto y sujeto→objeto en el plano general y abstracto del clientelismo, en su premisa indagatoria de favores y compra de voluntades en el marco electoral, alude al tema *abstracto* con una semántica que parte del método abstracción-deducción (método de Marx); la dinámica de Sweezy estriba apelando a teóricos modernos y diversos método también denominado *aproximaciones sucesivas*, avanzando paso a paso de lo abstracto a lo concreto, eliminando suposiciones en sus etapas de sucesión.

La teoría pueda concretarse a explicar una esfera cada vez más vasta de fenómenos reales y dependientes de otras esferas, política, cultural, económica o social (como lo antepone Dussel en su modelo); haciéndolos fluir objetivamente en aras cualitativas y cuantitativas, desarrollan técnicas que condicionan de cierta manera mecanismos de recolección, así también, permite una interacción entre técnicas indagatorias, de tal manera que exista una ubérrima visión y perspectiva que permita en toda área de la ciencia política determinar aspectos, diferencias procedentes y futuras sobre fenómenos coparticipes de la sociedad y sus conformantes (Sweezy ,1975).

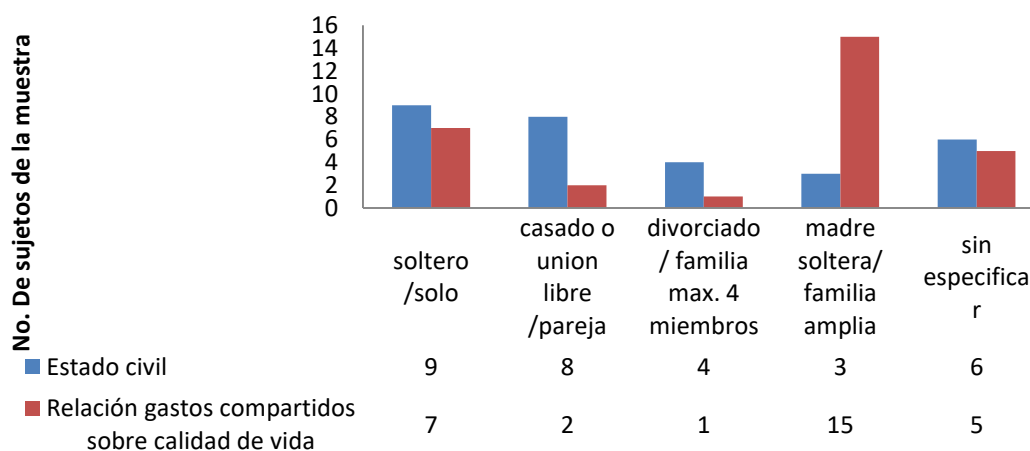
Respecto a los mecanismos cuantitativos y cualitativos en esta investigación, los primeros son empleados por su carácter numérico bajo la prioridad de análisis de distribución, repetición, generalización o predicción de hechos sociales; los

cualitativos, por otro lado, determinan una visión de actores y análisis contextual en el que se desarrollan, centrando el significado de las relaciones sociales. Jerome Kirk y Marc. L. Miller (*cit. en Valles, 2002:11-87*) conciben la entrevista cualitativa como “fenómeno empírico, definido por su propia historia, resulta por tanto pertinente y hasta obligado una cierta contextualización histórica, supone en sí mismo un primer paso en el entrenamiento epistemológico y metodológico”. Esta herramienta de indagación social se complementa hasta ponerla en relación con elementos históricos.

1.13. Análisis de resultados

Las siguientes tablas contienen los resultados para justificar, aclarar propósitos, conclusiones y deducciones pertinentes del clientelismo mexicano.

Relación estado civil /Relación gastos compartidos sobre calidad de vida



Grafica 1: Relación del hogar y servicios con el núcleo familiar.¹⁴

Para iniciar, la muestra base comprende a 30 sujetos implícitos en prácticas clientelares, los cuales de la muestra total: 20 tienen casa propia, 9 pagan una

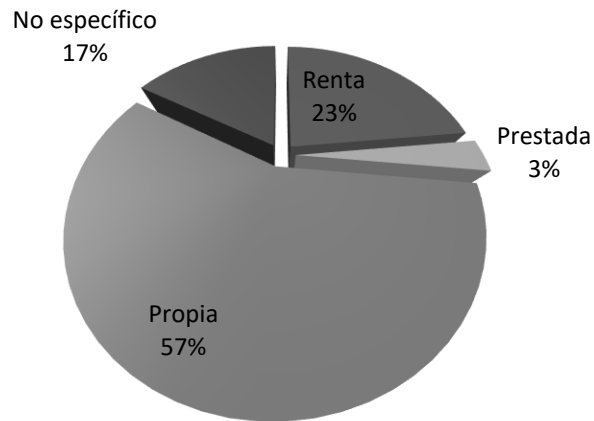
¹⁴ Elaboración propia con base a la información obtenida de los encuestados y entrevistados.

renta y 1 vive en casa prestada; 19 son mujeres y 11 hombres; su nivel educativo es: 4 con secundaria, 14 con bachillerato, 10 universitarios, 1 posgrado y 1 se abstuvo de contestar; así mismo, 1 es obrero, 1 jubilado, 1 comerciante, 2 trabajan en el gobierno (específicamente en el INE), 2 desempleados, 2 al hogar, 2 trabajan en la informalidad, 4 estudiantes, 3 abstenciones, 5 profesionistas y 7 empleados, un total de 30 con una edad promedio de 29.83 años. Información para generar un panorama de la muestra.

Como se observa en la gráfica 1, cada resultado está equiparado en una relación que asocia el estado civil y el soporte económico que implica la calidad de vida, al compartir gastos, tiempos y depender de apoyos intrafamiliares, éste sólo tienen como finalidad demostrar información previa en su relación social y económica de la muestra, para generar una idea previa, mas no un estigma, por ejemplo: hay 9 solteros, de los cuales 7 viven solos; otro ejemplo, de los 8 casados o unión libre, sólo 2 casos comparten gastos de la vivienda, y así sucesivamente.

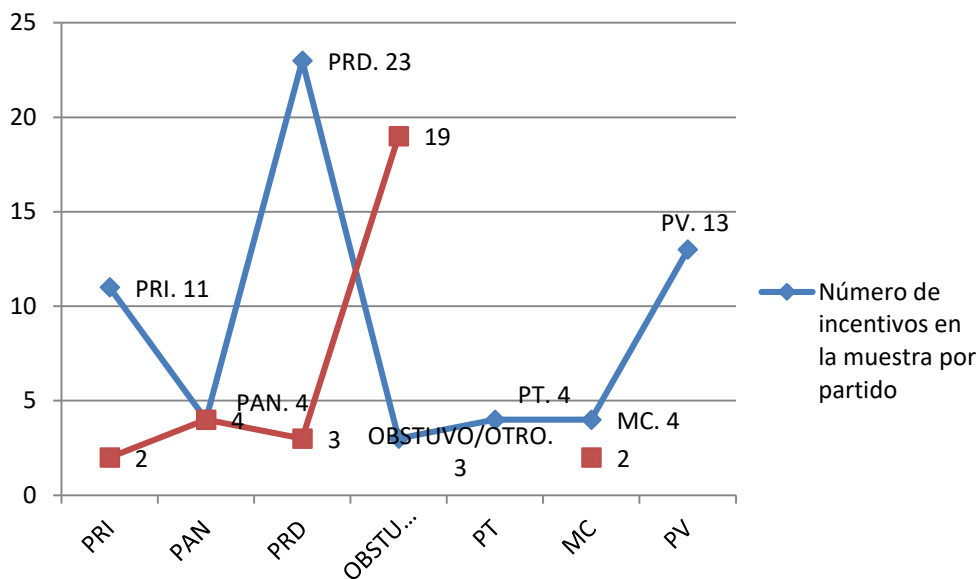
La mayoría de los informantes pertenecen a familias amplias, el núcleo familiar se extiende a padres, abuelos, tíos u otros ejes familiares entre sí, ya sea que compartan la misma vivienda o todos vivan en una misma propiedad bajo las mismas condiciones económicas (gráfica 1); en cuanto a la convivencia, las personas que rentan no se dan el tiempo para simpatizar con vecinos, se cierran más a una rutina de casa → trabajo y viceversa, no se involucran mucho socialmente con su localidad, ni con las necesidades colectivas, además, no reflejan una identidad del entorno, puesto que rentan y saben que en cualquier momento dado pueden cambiar de lugar.

Estatus de vivienda



Gráfica 2. Estatus de vivienda sobre la muestra.¹⁵

En la gráfica 2, es relevante el tipo de vivienda, la relación vivienda con el interés por su entorno no es casualidad, el 57% de este indicador, por lo general se asocia más con las actividades de su localidad, el 23% que renta no se involucra tanto, el restante 20% es indiferente.

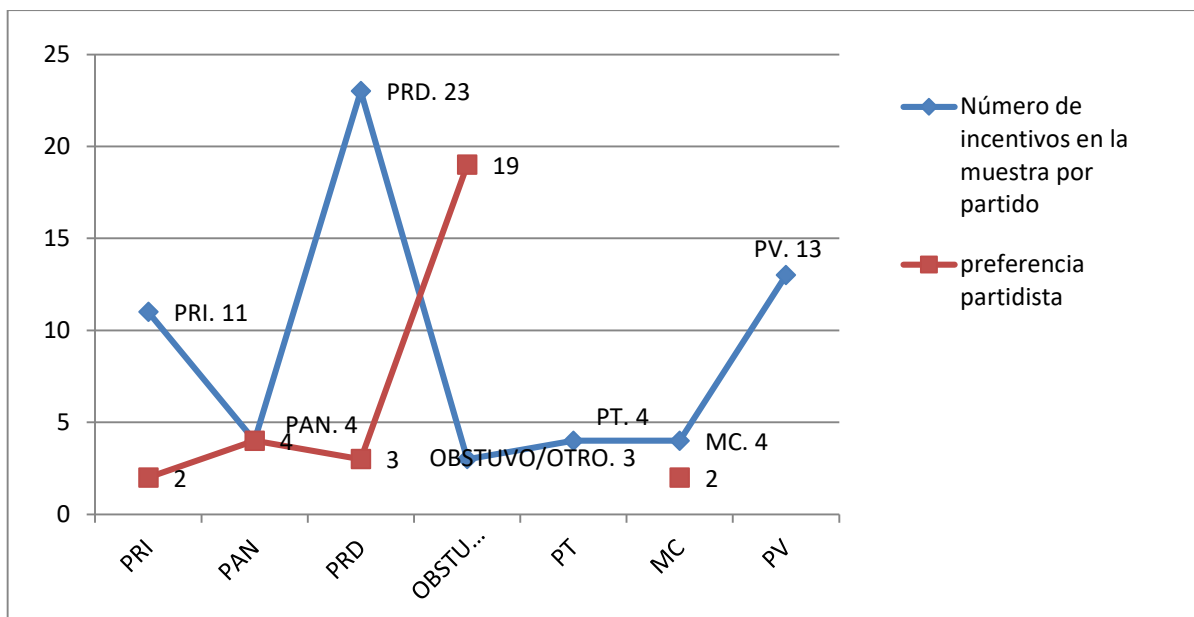


Gráfica 3. Relación número de incentivos y preferencia partidista.

¹⁵Ídem.

La grafica 3 representa el número de incentivos (62 en total) repartidos en la muestra total, sobresaliendo el PRD con un 37% aproximadamente, siendo el PT con apenas 4.8% como el menor, sin embargo, en la relación con preferencia partidista, el PAN sobresale con 4 sujetos de la muestra, el PRD con 3; el menor con tan sólo 2 son MC y el PRI, sin embargo, 19 sujetos se abstuvieron de mencionar su preferencia, pues temen ser señalados tras decir su preferencia, además de que se ven sometidos a una presión moral por creer o pensar en relación al partido político de su preferencia.

En cuanto a los actos clientelares, el PRD se mostró más activo, pues habrá que subrayar que en ese periodo electoral, la mayoría de las delegaciones pertenecen a esta facción, lo que indica la preocupación por mantener un capital social activo y latente, (en la gráfica 4) se le puede ver como preferencia casi a la par del Partido Acción Nacional, aunque el 50% del total de informantes se muestra indiferente a tal escenario, sin embargo, los testimonios verbales recaudados en delegaciones como Azcapotzalco y Gustavo A. Madero colindantes al norte con el Estado de México, se vieron influidas por la agresión de compra de votos del PRI, puesto que estas zonas se encuentran en desarrollo urbano y son más vulnerables; delegaciones como Magdalena Contreras, Tlalpan, Tláhuac y Xochimilco, se ven persuadidas por el PRD; Benito Juárez y Álvaro Obregón por el PAN.

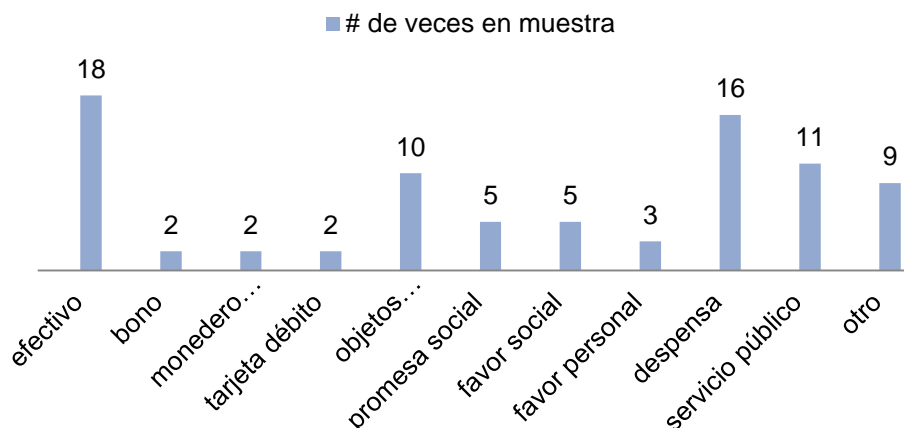


Gráfica 4. Relación participación/preferencia en base a 30 encuestados¹⁶

Esta grafica expresa una participación utilitaria exprés, pero reserva su lealtad o decisión en secreto, pues no declina su postura (según testimonios) con algún partido hasta que éste revele beneficios y la calidad de los mismos, sean particulares o colectivos. Así mismo, cada sujeto de la muestra recibió más de un incentivo y de diferentes partidos; del total de sujetos, 10 participaron por conocer al representante del partido en su localidad, 6 por conocidos que los invitaron a participar, 5 más por otro medio, sean familiares, buscaban trabajo o son representantes, el 9 restante participó de forma pasiva o por casualidad.

¹⁶ Elaboración propia con base a la información obtenida de los encuestados y entrevistados.

Repeticiones del incentivo en la muestra



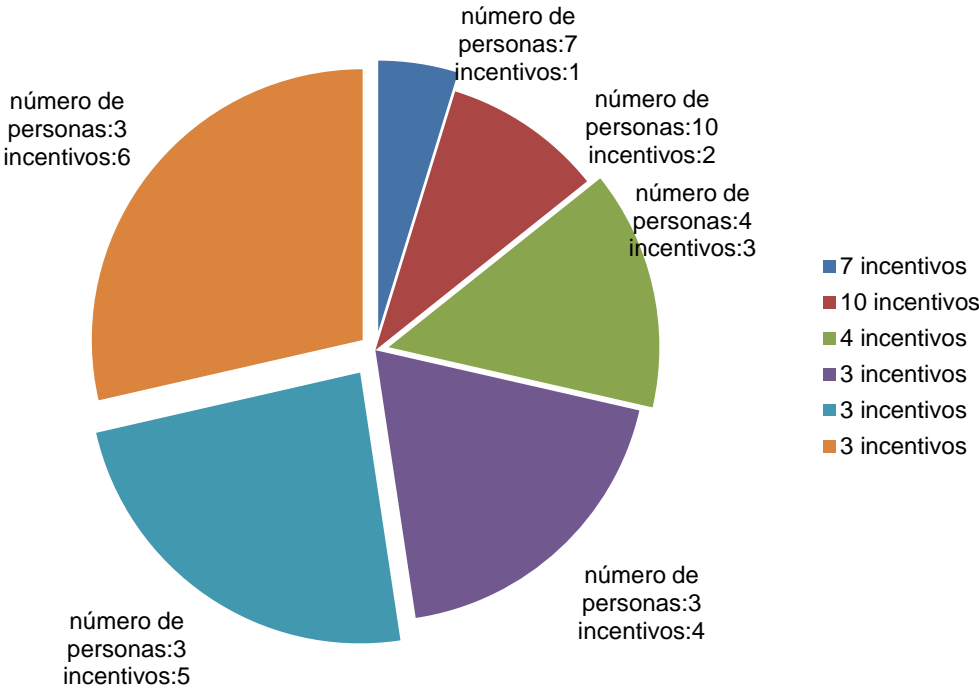
Gráfica 5. Repetición del incentivo en la muestra.¹⁷

Cada sujeto recibió más de un incentivo por más de un proveedor, las opciones se redujeron a 11 rubros, en la gráfica 5, con relación al número de veces que se repitió en la muestra, el incentivo con rubro de “otro” hace referencia a promesas particulares, empleo, afiliación al partido o a algún programa social, entre otros. En el rubro de “favor social” cubre actividades relacionadas con pipas de agua, asfalto, cortes de pelo, servicios de salud, etc. Por “favores personales”, sólo aplica para sujetos que tenían nexos al interior del partido, o eran *brokers* en ciertas circunstancias; en el rubro de “servicio público”, los sujetos sirvieron a la comunidad aprovechando las circunstancias electorales, pues sirvieron de un broker o fungieron como uno, para obtener beneficios como: alumbrado público, banquetas, espacios recreativos, etc. Para expresar mejor esta idea, en la gráfica 6 se muestra una relación del número de personas por el número de incentivos.

¹⁷Ídem.

Por ejemplo: sólo 7 personas recibieron 1 incentivo, 10 personas 2 incentivos, 4 personas 3 incentivos y 3 personas, 4, 5 o 6 incentivos respectivamente.

Número de personas/Número de incentivos

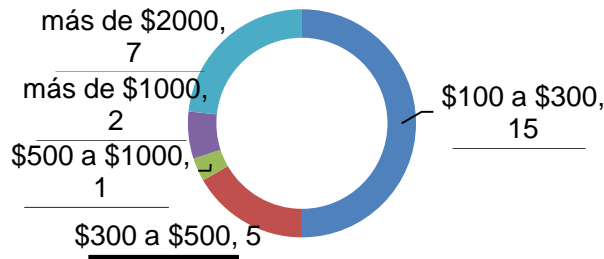


Gráfica 6. Número de personas por el número de incentivos

Así mismo, las contiendas se han convertido en oportunidades para algunos de hacerse de *algo*, sin importar las plataformas políticas específicas de las que incluso carecen algunas campañas, llegando a situaciones donde se ven obligados a implementar estrategias que, paralelamente, buscan ser escuchadas como ciudadanas, de tal manera que el canal de clientelismo no sólo tiene la intención de sacar provecho a estructuras partidistas, sino también mantener latente el canal de comunicación con el poder público, sin importar la precariedad de éste, ni las consecuentes implicaciones de costo que éstas traen, sea de manera directa o indirecta la postura de sostenerse como ciudadanos en calidad de decisiones autónomas, dirigidas o supeditadas.

Aprox. de valor en incentivos por número de personas que lo recibieron

■ \$100 a \$300 ■ \$300 a \$500 ■ \$500 a \$1000 ■ más de \$1000 ■ más de \$2000



Gráfica 7. Valor del incentivo, en relación a personas que percibieron esa cantidad aproximadamente, sea en 1 o varios incentivos.

En la gráfica 7 se puede mostrar la cantidad del valor aproximado en bienes materiales u objetos tangibles, ésta no contempla promesas sociales, ni favores. En los que el 50% recibió su incentivo entre 100 y 300 pesos, siendo el más estándar, pues involucra todo lo referente a despensas, gorras, útiles escolares y dinero en efectivo entre propaganda; 300 a 500 pesos, los que recibieron zapatos escolares, uniformes, juguetes y rentaron su barda o puerta para publicitar; entre 500 y 1000, los que se prestaron a vender el voto directamente en las urnas, mas todo lo anterior; más de 1000 y 2000 pesos, sólo aquellos que recibieron materiales para construcción, tinacos, tarjetas de débito (más de 1), electrodomésticos, esto dependía de la delegación (como Benito Juárez o Álvaro Obregón, e incluso Tlalpan). Así también, véase el apéndice y anexo, donde se pueden apreciar algunos testimonios de la investigación.

En relación muestra – testimonios, sólo un 15 a 20% de la muestra se organizó o trabajo para un bien colectivo, sin embargo, la base de un clientelismo proactivo a pesar de las circunstancias puede ser plausible, aunque efímero. Los canales de

comunicación que se mantienen abiertos, posteriores a las elecciones, es por medio de las sociedades civiles, o algunos representantes con nexos en delegaciones, o tienen vínculo alguno partidista, fungen como *brokers* constantemente. Cabe resaltar que la mayoría de los implicados son mujeres, puesto que este sector presenta variables como: menos apatía, son madres solteras por lo que su esquema de vida puede contribuir a programas de bienestar social; la mayoría pertenece a la informalidad laboral, sus ingresos están supeditados a sueldos temporales (*FreeLancer*, propinas, trabajos extemporáneos, etcétera).

Tras el contexto anterior, los actores mencionados a continuación y sus testimonios, no solo dejan en claro el énfasis estratégico y noción de utilidad, sino también, una dimensión simbólica y cultural de sus decisiones pragmáticas dentro del escenario clientelar de costo y beneficio, sea a un clientelismo fino o más local, sin embargo, en otros casos, se han visto frustrados sus objetivos.

Por el lado de los mediadores barriales o de colonia, son aquellos que, aunque no ocupen un lugar formal como dirigentes o responsables de una organización, comienzan a tener cierto poder relativo al acceso de un servicio de la sociedad civil o son vinculantes de una organización, tal es el caso de el “profesor”, 57 años, ya más de 20 años viviendo en Iztapalapa con su esposa y dos hijos, comparten un departamento de interés social INFONAVIT, profesor de secundaria, previo a las elecciones llegó a la unidad habitacional “la Magueyera”;¹⁸ en varias de las unidades habitacionales es conocido con el apelativo a su profesión, organizó una sociedad civil con algunos vecinos tras la falta de servicios esenciales hace ya

¹⁸Camino viejo a Iztapalapa 762. C.P. 09704. Unidad Habitacional “La Magueyera”.

algunos años, como el agua entubada y agua potable de pipa, así mismo pavimentación dentro de las unidades, alumbrado público, pintura y espacios públicos recreativos y espacios con mobiliario urbano; en las juntas vecinales convoca a toda la gente donde él menciona:

Yo no pertenezco a ningún partido ni mucho menos, nosotros somos una organización para atender las demandas de la gente, pues así como a ustedes les faltan las cosas, a nosotros también nos faltaban, y sólo cooperando pudimos sacar adelante nuestro edificio, pues entiendan... que, ¿cómo vimos resultados de los vecinos?, visitando y dando lata a cada rato en la Delegación, sólo así, nos hicieron caso, por eso, pasamos de unidad en unidad para ayudarnos, pues a nosotros como sociedad civil, entre más gente tengamos participando, podemos presionar más al Delegado pa' que nos dé los recursos que necesitamos en nuestras unidades.

Tras cuestionar la estructura de su forma de trabajo y organización por los vecinos, mencionando si hay que dar la copia de la credencial de elector y si va a ser en realidad cierto o sólo es por parte de un partido político, a lo que “el profesor” delega:

Miren, la verdad es que, a mí no me gusta estar haciendo juntas a cada rato entre los vecinos para ver qué es lo que vamos a hacer...y a la mera hora no vamos a llegar a nada, mejor vamos a hacer una cosa, por edificio pónganse de acuerdo, escojan a un líder o un representante, y así... yo vengo una vez a la semana o al mes, para que yo me contacte con esos representantes por edificio y me digan que es lo que necesitan, así hacemos las cosas más fáciles (el contexto preelectoral exige el reclamo del desvío del agua entubada para otras colonias; menciona que cerraron las llaves de paso para sus colonias y se las dan a alguien más lo que es injusto, a lo que él apela).

Yo hablo con el Delegado, para que... pues él atienda a sus necesidades, yo aquí tengo su número personal, yo ahorita le hablo y digo que aunque de menos les mande unas pipas cuando no hay agua, pero necesito que se pongan de acuerdo y ¡ahorita me digan quien va a ser el que los va a representar por edificio!, lo único que les pido es que hagan una lista, me pongan todos los nombres de los que viven por edificio, y su firma para que yo tenga con que sostenerme y justificar lo que estoy pidiendo, siempre les pido que no se desesperen...

Al encontrar explicaciones e este proceso de conformación, Trotta afirma el plano teórico de Ziccardi como:

Las particularidades de un conjunto de individuos y familias que participan de una común precariedad de la vivienda, una común ausencia del equipamiento colectivo, una común ilegitimidad en el uso del suelo, encerrados en límites geográficos fácilmente perceptibles, detrás de las cuales se alzan viviendas habitables, servicios colectivos, la ley protegiendo el derecho de los propietarios (Ziccardi *cit. en* Trotta, 2003:124).

Estos se transforman en facilitadores en el acceso a un satisfactor, mediadores con perfiles de profesionales, técnicos, docentes de las instituciones públicas, efectores de políticas sociales que están insertas en el barrio, permitiéndose hasta cierto modo, un conocimiento personal entre los sujetos que entran en la relación.

Victoria G. 27 años de la Delegación Coyoacán, estudiante, desempleada en ese momento, rentaba un cuarto en la colonia de Pedregal de Santo Domingo, menciona que no recibió ningún incentivo durante las elecciones del 2012, pero, se limita a decir:

Estuve participando con el partido Nueva Alianza durante cuatro meses, durante este periodo no recibí incentivo alguno, pero fui testigo de acciones clientelares por parte del partido. Se reclutó a un grupo de jóvenes estudiantes de diferentes universidades para darles trabajo y durante este periodo realizaron diferentes actividades de integración, con motivo de jalar a los estudiantes al partido político y crear liderazgos en ellos, para que invitaran a más jóvenes a las filas del partido, estrategia que efectivamente dio resultado y concluyó en la creación de cuadros políticos juveniles.

En esta situación es evidente la búsqueda de legitimación, Auyero y Trotta, reiteran estas conductas como “una compatibilidad sagrada entre ellos y sus trabajos, debido a la existencia de una misión, una vocación en sus vidas, provocadas por un temprana vocación” (Trotta: 2003:124).

Entre otras características, en el papel de sub-representación, hay una evidencia de personalización del favor bajo la forma de contactos personales y por ello me refiero a sus pertenencias identitarias estructuradas en la rutinización misma de la práctica política. Ésta se da como una relación de alteridad entre la figura de patronazgo (como lo llamaría Tenzer y Auyero); este caso se determina por la reducción de un cargo burocrático a un sistema de asignación de derechos meramente genuinos. Pues es de gran importancia el diálogo que empleara, ya que cabe mencionar que, en el ámbito político, el discurso político es de gran importancia ante sus contrincantes, ésta será su mejor arma y recordemos que en estos casos el mejor argumento de carácter empático es el que gana.

Pero la posibilidad incierta mantiene un fuerte lazo, además, no prometer certezas para no quedar engañado; la gente también juega un papel de fortalecimiento, si éste es vinculante con la importancia que el cliente le asigna, a “no ser engañado” en el marco de la articulación clientelar; también se hacen notar elementos de clientelismo institucional, caracterizado por una relación un tanto lejana e instrumental, donde la figura del “patrón” puede ser remplazada por la figura del partido político, los clientes apoyan al patrón sin conocerlo personalmente, en tanto los beneficios que éste garantiza continúen, el intercambio involucra apoyo por beneficios de tipo grupales. Esta dinámica es funcional gracias a la figura del mediador, éste es la clave para explicar su operatividad”.¹⁹ Un ejemplo es Stephanie, de 26 años, habitante de Tlalpan, quien menciona:

¹⁹ Leónidas Aguirre Julio. *Redes Clientelares. Una perspectiva teórica desde el análisis de redes sociales*: Documento de trabajo No.83CIEPP, 2012, 7-9.

Los departamentos fueron una promesa de López Obrador a gente proveniente de diferentes lados de la ciudad, las personas que tuvieron acceso a los departamentos, tenían como condición acudir a los mitin, marchas y cualquier convocatoria que hicieran miembros del partido, al que pertenecía (obvio PRD), incluso les pasaban lista para verificar que efectivamente acudían, estuvimos así casi tres años.

Y se implementó como un programa, me enteré que se construyeron en varias partes, no sólo Tlalpan, si bien recuerdo en Cuajimalpa también hicieron departamentos, aunque no tienen drenaje, es fosa o algo así, de eso no me acuerdo bien.

Como sea, resulta que varias, una sola familia podía tener acceso hasta tres departamentos, siempre y cuando fueran mayores de edad y cumplieran con la condición de acudir a las marchas y a los mitin de partido, y debían ser afiliados al partido con una antigüedad de 1 año.

Cuando había convocatoria para ir a la marcha se les enviaban camiones para su traslado. Se reunían en un punto y se les daban banderines, gorras, carteles y un pequeño lunch, aunque no siempre se los proporcionaban, una vez que cumplieron con la condición de apoyo, el gobierno empezó a comprar terrenos y expropiaron otros para iniciar la construcción, se hicieron varias unidades para cubrir la demanda, e incluso hicieron un evento para la inauguración y la entrega de llaves a los nuevos propietarios, desconozco si se hizo mayor difusión del evento.

Tal es el caso, la vinculación manipulada y manipuladora del broker como puente entre élites políticas y masas, dada su complejidad, en primer lugar, su papel no lo presenta públicamente como un trabajo o como una actividad, sino como una consecuencia natural de su posición tras sus características personales de liderazgo natural. De hecho, “el clientelismo moderno (¿y más democrático?) tiene más un carácter menos personalizado y pasivo y más de *brokerage* (‘corretaje’, intermediación)” (Durston, Duhart, Miranda y Monzó; 2005:31).

Así mismo, si un organismo interno parte de una comunidad a solicitud de los recursos, y éste “*trabaja bien con los líderes de las comunidades, colonias o barrios*” y por trabajar bien, hace referencia a una conducción legítima otorgada por la comunidad, que de no existir, esta cooperación en relación con demandas

de organizadores en vínculo con los ciudadanos y viceversa, así como la ausencia de un sustento horizontal que garantice las decisiones de la organización, tendrá a tergiversarse en formas de gestión hegemónica corrompible, burocratización rutinizada y, en el peor de los casos, la tendencia a una situación de catervas egoístas en una estructura vertical precaria de fibra moral. Tal es el caso de Eduardo (quiso que omitiera sus datos):

Acudí a las marchas del PRD, porque estuve trabajando de asistente, porque tenía que ayudar a participar, ayudar al que da (...) pues el diputado en ese tiempo; menciona que recibió: pago en tarjeta, dinero en efectivo, despensas. Y de la fundación a la que llegaban cosas, como juguetes, que eran de los niños y no los daban, (¿para hacer valido este recurso que tenías que hacer?), pues ahora sí que... engañar a la gente, tenían que dar la copia de su credencial, se metía para ellos como..., pero en realidad se lo quedaban las personas que eran nuestros jefes y te las repartían (mmm); uno del gobierno que según era para la fundación,(¿fundación de que... de niños.?), metieron una gestión para que le hicieran una carta al Presidente, para que le darían recursos a esa fundación, pero en realidad, a la mejor de las cosas que les llegaron a dar, pues no las daban, así, a la gente que realmente lo necesitaba y pues se lo quedaban. (¿Qué inconvenientes subsana el incentivo que te dieron? Salud, educación, comodidad, etc.), tinacos porque la gente no tiene cisternas y les tarda mucho en llegarles el agua, y no los dan, se los quedaban ellos, o les decían que meterían papeles para darles los tinacos y no los daban. (¿Cómo llegaste a la vinculación con la organización, partido o candidato?) Al partido, porque me ofrecieron un trabajo de asistente...un amigo en este caso, después me salí de ahí, me contactaron otros, y fui asistente personal, le ayudaba a la señora, igual con sus agendas para ver todo lo relacionado con los partidos políticos, qué era lo que iban a hacer; citas, la acompañaba con los diputados. (¿Cómo consideras tu función o lo que haces y por qué?) Pues si hubiera sido algo bueno sería correcto, pero en este caso no, porque pues, a mí no me gusta esto de la corrupción y lo permití y lo hice...y entonces al apoyar a una persona así, tú también te conviertes en un corrupto. (¿Cuánto tiempo llevas participando y que es lo más importante de hacerlo?) Con uno duré medio año y después de ese medio año tarde dos meses, y otro medio año volví a quedar con otra persona. (¿Qué objetivos o ideales compartes con la organización o candidato?) No, pues no, tuve una idea muy buena... pero... no se llevó a cabo con ellos, por lo mismo que se volvieron más corruptos, la idea era buena, que era apoyar a la gente que sí lo necesitaba y que no se quedaran con el dinero y eso fue una de cosas de

las que se molestaron, de hecho todavía me quedaron a deber a mí pago... por que se quedaron con mi dinero, metieron 100 más pero... ya no me pagaron a mí, por... o sea, se quedaron, la elección pasada se quedaron 80000 pesos, que era para los que trabajábamos ahí, pero por un trabajo bien, que se había hecho bien, de estar ahí capturando, firmas y todo eso, y uno de los que estaba ahí, se podría decir como representantes, se quedó con 80000 pesos. (¿Quieres compartir algún comentario u opinión?) A la gente les prometen que cuando van a tener un puesto grande les van a ayudar, se da más en los pueblos, y la gente se agarra de ahí, y creen, pues no saben, son muy cerrados, y no saben de la realidad de lo que hacen.

Mediante los ejemplos anteriores Stephanie y Eduardo, aunque pertenecen al mismo partido, diferencian al entenderse en conjeturas coyunturales micro-sociales que impactaran en aras macro-sociales, sea a corto o largo plazo de legitimidad, lealtad y vinculación ciudadana entre otros rasgos clientelares como parte de la mecánica; otros autores los llaman “oportunistas supeditados”, como las *alianzas*. Ibarra (2005) hace referencia a este sistema de alianzas tomando como tesis los movimientos sociales y partidos políticos, en primera instancia estos grupos de interés son aliados por objetivos, el hecho de reunirse en una red social, un movimiento en red que interconectan estructuras de acción y movilización, donde el grupo de interés público, actúan en vertiente del propósito correspondiente.

Así también, una posición contraproducente parece establecerse como norma o tendencia general respecto a específicos procesos de ayuda o distanciamiento.

Cuanta más presencia y peso tenga un grupo de interés privado o público en el proceso decisorio de una determinada política pública, menos apoyará las reivindicaciones de sus equivalentes movimientos sociales. Así, en los Estados fuertemente corporativos los grupos en el poder tenderán a no apoyar las reivindicaciones de “sus movimientos”. Y, por el contrario, las alianzas serán más frecuentes entre grupos de interés y movimientos, o situados ambos fuera de esos espacios decisorios o compartiendo ambos un tipo de *governance* más abierta y más flexible (Ibarra, 2005:151).

En resumen, éstas adquieren vital importancia, pues se establecen en partidos políticos, efectivamente, la función de intermediación de los partidos entre el poder político y la red de movimientos es crucial para calibrar el desarrollo o declive de estos últimos y varían de acuerdo a consecuencias de tal intermediación dependiendo de cuál sea la situación del partido o facción, sea en el poder político o en la oposición, pues a partir de este argumento se desarrolla algún posible supuesto.

Ahora bien, en lo que respecta en el marco teórico-metodológico en relación a María Inés Peralta, da poca importancia a las formas de gestión, lo que importa es el discurso que usan los *brokers* acerca de su representación política, en otras palabras, “el cómo” se presentara ante discurso, dado que mantenga una legitima postura ante la gente.

Para profundizar en las temáticas abordadas en el último capítulo, donde se cuestionan con especial atención la lógica del intercambio, basado en la elección racional de la estrategia y centrándose en la “forma del qué”, el mediador se centra y se presenta así mismo, exponiendo su práctica en marcha, debido que en el fortalecimiento o desvanecimiento del “como” o la “manera de dar” tendremos la explicación y comprensión más amplia del clientelismo, entendido no sólo como práctica o intercambio basados en criterios de utilidad inmediata, sino también como generador de valores y creencias funcionales de dominación política hegemónica, reproducida por muchos años. Ejemplo de esto es Paula de 36 años, quien vive con su esposo, trabaja en el INE desde hace 3 años, vive en la Delegación Álvaro Obregón, a ella la visitaron para que a través de su casa se publicitaran lonas y pintas con la imagen del Partido Acción Nacional, a pesar de

que su hermano está implicado en proselitismo político, a ella no le importa si pintan o colocan mantas:

Es como un negocio, en mi familia siempre han votado por el PRI y fui a votar por el PRI, es como tradición, realmente no me incomoda que pinten o cuelguen cosas en la casa, a mí me pagan mil quinientos pesos por eso... no me importa si se las roban o algún otro partido llega, la quita y me dice que, si pueden pintar la fachada, es como un negocio.... ¿no? Sólo participo como si fuese un servicio, que al prestar mi barda obtengo un beneficio como... si pasan y me regalan gorras y esas cosas, yo se las acepto, pues me sirven... aunque sólo hemos participado en dos ocasiones en general, entre ellas las elecciones del 2012.

Cuando le pregunte si era necesario este tipo de prácticas, ella se limitó a responder: “pues no sé si considerarlo necesario, al menos no por mí, simplemente es como si le rentara el espacio para colocar su propaganda”.

Un segundo ejemplo es Dulce de 34 años, quien vive en la Delegación Coyoacán:

Pues si quieres participar ve a tal dirección con tus papeles, que van a ser comprobante de domicilio, IFE, acta de nacimiento y copia del acta de nacimiento de tu hija, que compruebe que eres madre soltera, y ahí va la borrega de Dulce y ya lleve los papeles no... y no pues sí, me dijeron, pues te vamos a dar una tarjeta donde se van a desplazar esos 6500... en tres pagos durante todo el año, tres semestres pudiera decirse...si...entonces fue desplazada cada cantidad en, dos mil y fracción, para que te dieran los dos mil quinientos; llegando diciembre tienes que terminarla de ocupar porque en diciembre ya no va a pasar la tarjeta; te daban fecha para que tú te gastaras ese dinero y que compraras lo que quisieras en la tienda, entonces yo aproveche en ese tiempo y compré los reyes de mi hija, para eso ocupé mi tarjeta, despensa, zapatos y ropa; después me dijeron que si quería seguir tenía que ir a una marcha, en esa marcha es cuando yo elijo renunciar, porque, me habían dicho que teníamos que ir para seguir con la ayuda, y lo único que hicieron fue exponernos en esa marcha, salir golpeadas, exponiendo nuestra salud y nadie se acercó a defendernos (...) después ya era una obligación ir a las juntas vecinales, donde te dicen que es lo que va a pasar, por quien vas a votar, cual es el color de la planilla, todo eso; lo hacen como para gente retrasada que no piensa, que son ignorantes, yo digo (...) porque a final de cuentas, pues ahí va la borregada ¿no?. Y tienes que seguir y (¡haaaa!), el día de la casilla también están

vigilándote, no están en... dentro de la casilla, pero si están alrededor vigilándote que realmente vayas a votar... y, si no has ido a votar, van y te tocan para que vayas a votar y después si tú quieres todavía más dinero, te pagan ese día de las casillas, hay a veces de 1000 pesos, 2000 pesos o hasta 500 por día, desde la mañana hasta la noche.

Como comunidad te puedo decir que no, como personal, sí, sí tuve un beneficio, mas no, yo no veo el avance como comunidad, el señor sigue pidiendo y pidiendo firmas, votos, gente, porque no nada más es una persona, son como 5 grupos, ahí en mi colonia por diferentes líderes y cada líder quiere ganar, entonces, como están lideradas por diferentes, por la... no sé cómo llamarle; al final de cuentas es el Delegado y del Delegado, sale toda esa gente, eso 5 líderes, tienen que jalar a tanta gente, por tanta gente que ellos acarreen les van a pagar a ellos, se sigue trabajando lo mismo, a favor del PRD o de la Delegación ¿por qué no?, no ayudan en nada, la misma situación; nos callaron la boca, con... ¿cómo se llama?... haciendo espacios recreativos para los niños, que son de alto riesgo, pues los pusieron a mitad de las avenidas, todo lo que es Eje 10, lo que es avenida Miramontes, o lo que es la colonia Espartaco, ahí no ayudan a los abuelitos..., y ahí, hay muchos abuelitos, este... a mí, eso me molesta demasiado, acá en la Delegación Coyoacán, en la colonia Santo Domingo, en lugar de que haya disminuido la violencia, todo lo que es venta de drogas y eso, aumentó, somos ahora la quinta colonia de alto riesgo de todas las delegaciones...y yo siento, que en lugar de mejorar, sigue empeorando, cada vez más con los del PRD, acá en el centro de Coyoacán, estamos peleando porque no se pongan parquímetros, pidiendo que no se pongan parquímetros; que al final de cuentas entramos en un monopolio, ¿no?. Obviamente por la empresa de los parquímetros, no tanto por la Delegación, a favor del delegado; o los viejitos, para callarles la boca les dieron sus "pants", y a los niños sus "pants" para la escuelas y ¿cuál fue la puta ayuda?, o sea, el "pants" se va a terminar ¿y qué?, que hayan hecho...que hagan como que ¿haaa?, y lo del Niño Talento, también es una pinche basura porque nada más es a ciertos niños, no es a todos, ¿dónde está el beneficio para todos?, si nada más es para unos cuantos.

Ante tales puntuaciones, es posible observar el abanico de escenarios posibles y características que constituyen el acto clientelar, a partir de los resultados mencionados, se presenta un análisis FODA, herramienta que accede a mostrar la situación, para que, de esta manera, facilitar un diagnóstico y

panorama que permita, en función de ello, observar los acordes a favor y en contra del caso mexicano.

Análisis FODA

De manera conjunta el análisis FODA concreta un panorama de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, rasgos que se entrelazan de forma general en lo que respecta al clientelismo mexicano.

- **FORTALEZAS**

F1: Genera un acercamiento de carácter horizontal, a través de un mediador perteneciente a la misma comunidad del ciudadano-cliente, para demandar las necesidades prioritarias de una comunidad.

F2: El intermediario puede ser cualquier ciudadano y, por ende, cualquier ciudadano puede participar a través de este canal, de forma más directa, pues mantiene una conciencia constante de la problemática para afinar las demandas.

F3: La gobernabilidad con la que se lleva a cabo, puede entenderse “de abajo hacia arriba”, cumpliendo con una gestión más cercana y estrecha entre el gobierno (sea local o no), con las necesidades de la población a la cual tiene a su cargo.

F4: Sostiene legitimidad y lealtad, pues sabe imponer su reclamo articulando tanto la identidad de patronos y clientes para saber gestionar de arriba hacia abajo, manteniendo lealtades que posicionan tanto al mediador como al patrón en el plano de representación o en tal caso, en la esfera electoral.

- **DEBILIDADES**

D1: Los intermediarios pueden abusar de las circunstancias para emplearse como artífice de instituciones u organizaciones partidistas, desviándose del objetivo principal, incumpliendo las demandas reales.

D2: La estigmatización del concepto y su práctica a nivel participativo genera desaliento, sin tomar en cuenta el potencial que tiene entre los ciudadanos, organizarse y conseguir abastecer las necesidades de su comunidad.

D3: El clientelismo, visto como una práctica completamente de forma vertical por algunos mediadores, lo lleva a no concretar requerimientos deseables de una comunidad, pues el mediador discernirá las prioridades de forma egoísta a su criterio, soslayando la perspectiva de la comunidad a la cual representa.

D4: La reproducción del clientelismo puede ser empleada positiva y negativamente, pues el incentivo puede adquirir cualquier forma y adaptarse a necesidades tanto básicas, como particulares, de distintas índoles y costos.

- OPORTUNIDADES

O1: Cabe recabar que el clientelismo no pierde su anclaje en la percepción problemática de efectos políticos en la desigualdad social, sin embargo, es bueno que se advierta en medida de participación sobre la lógica más general del individualismo posesivo que satura nuestras sociedades.

O2: El clientelismo puede ser un dispositivo heterogéneo que incluye virtualmente cualquier cosa, lingüístico y no lingüístico al mismo nivel: discursos, instituciones, leyes, proposiciones filosóficas; dispositivo es en sí mismo la red que se establece entre estos elementos.

O3: Un clientelismo proactivo puede implementarse con fuerza, si se le invierte y mantiene fuerte con plataformas educativas y cultura política sustentable.

- AMENAZAS

A1: La tergiversación a corrupción y el mal empleo del término semánticamente hablando, generan deslegitimación, apatía y desconfianza, pues en la cultura política mexicana presenta un suceso de ambigüedad que para el ciudadano es muy común.

A2: Se ha transformado en una herramienta para explotar una cantera de votos, muy práctica y de fácil reproducción en comunidades marginadas económica y educativamente.

A3: Donde las políticas públicas estén supeditadas a este tipo de prácticas, generará apatía y desinterés hacia las instituciones, entre ellas y “el voto”, tergiversándose a un burdo neo-corporativismo, más tratándose de elites partidistas.

A4: El clientelismo puede ser usado como paliativo social.

CAPÍTULO II

ANTECEDENTES: HACIA EL ENTORNO MEXICANO, PANORAMA, CIUDADANOS Y CONSUMIDORES

La separación entre la esfera pública y privada entretiene el dinamismo cultural y social dejando entredicho la incógnita política sobre las circunstancias que asisten su transformación, el reflejo de la representación y relaciones del Estado están supeditadas a un sistema político, económico, social, implícito en el actuar de agentes sociales y sociedad civil, las últimas menciones generalmente se representan por sí solas, aludiendo al sistema partidario, expuesto en forma directa, por la vía clientelar o corporativa del Estado.

En América Latina la descomposición de las relaciones en cohesión y control político hacen un nuevo protagonismo Estatal con cavidad en la tesitura histórica, para reincidir respecto al mercado político, donde sociedades civiles o actores sociales buscan cada vez más identidad de participación y fortalecimiento en la vida política nacional al interior del Estado, entendiéndose por procesos de coyuntura y estructura, sin embargo, la esencia de la crisis electoral tiene su esencia relativa a su época, de manera tal que en América Latina surge una política de conflictos y consensos tras cada elección, para ello habrá que entender la contrariedad latente que nos conecta con el pasado y su herencia.

El marco mexicano posterior a la Revolución Mexicana llegó con un consenso carente de manifestaciones esenciales en la arena de confrontación pública y democrática, en la situación donde se visualiza una oferta partidaria, pero no en las contiendas electorales. Cabe resaltar que la despolitización encaja en la fase histórica y en alínea del contexto paternalista y hegemónico, que posteriormente

será la antesala a la que hoy conocemos al margen de la globalización y en el marco neoliberal (Flores y Mariña, 1999).

En el contexto histórico mexicano surge el Partido Nacional Revolucionario (PNR) como uno de sus principales actores a partir de 1929, con el acto de unificación de partidos políticos regionales, organizaciones campesinas y obreras, así como ligas sociales y políticas, generando la consolidación hacia 1938, el PNR se transformó en el Partido de la Revolución Mexicana (PRM), por el entonces Presidente Lázaro Cárdenas con el discurso de masas y fortalecimiento de la vida política, fundamental propósito para el bienestar general, haciendo de éste una continuación de determinaciones a la colectividad organizada (Escalante, 2004).

Hacia 1946 se estructuraría el partido hegemónico y la coyuntura del inicio corporativista configuró e integró los sectores obreros (Confederación de Trabajadores de México en 1936), campesino (Confederación Nacional Campesina en 1938) y los cimientos de la estructura clientelar, empleando las bases populares de la Confederación Nacional de Organizaciones Populares (CNOP) en 1943, desapareciendo el sector militar en 1940. Para justificar el nacimiento de la CNOP había la necesidad de representar a las clases medias urbanas en ascenso, incorporando un tipo creciente de organización popular, esto significó el surgimiento de nuevos agentes sociales mediativos y cumpliendo la necesidad al darles espacio de representación dentro de la estructura del partido.

De manera tal, profesionales independientes, maestros, pequeños industriales, transportistas y servidores públicos, entre otros, tendrían una organización que velara por sus intereses políticos, a través de un delegado representante o intermediario de los agremiados y, así, una cuota representativa que llevaría voz a

las tribunas del país. El gobierno federal envió una iniciativa al Congreso de la Unión que proponía un estatuto jurídico de empleados gubernamentales, creando el primer antecedente organizado de clase media en el México posrevolucionario.

En 1942 se creó la Comisión Organizadora del Sector Popular, que haría los preparativos de la Asamblea Constitutiva de la CNOP con una concluyente proclamación en 1943, conforme se acentuaba el desarrollo económico e industrial del país, se incorporaron nuevas organizaciones que no encontraban cabida en los sectores tradicionales del partido agrario y campesino. Así, engrosaron las filas con pequeños industriales, propietarios rurales, profesionistas, comerciantes, cooperativistas de distinta índole, intelectuales, trabajadores al servicio del Estado y artesanos.

El Estado emprendió consecuentemente una reforma sustancial a las nuevas condiciones sociopolíticas, que implicaban no sólo mayor interdependencia económica, sino también, más involucramiento popular en la toma de decisiones, de esta forma, el sector popular se impulsó como una nueva organización que incorporó nuevas expresiones clientelares de la sociedad mexicana, buscando en el Partido Revolucionario Institucional (PRI) por efecto de adhesión.

Ante las elecciones de 1996, surge nuevamente la necesidad de retomar las siglas que dieron razón de ser a la CNOP, trabajadores del campo para aglutinar nuevamente a las organizaciones, sin embargo la crisis ya había erosionado los recursos sociales, por más que se prometieran, ya no daban resultados y aunque se tuviesen el poder adquisitivo o productivo de éstos, ya no eran rentables, no satisfacían las necesidades ciudadanas ni promesas partidistas.

2.1. Contexto mexicano, homogeneidad y paternalismo

Anterior a la década de 1980, México se encontraba en una postura económicamente paternalista para los ciudadanos, las pensiones eran una garantía para todos los trabajadores, controlados en su mayoría por sindicatos, el presidente Miguel de la Madrid (1982-1988) sería el que prepararía el terreno para introducir el modelo neoliberal, teniendo su esplendor en el sexenio de Salinas de Gortari con el Tratado de Libre Comercio, al mismo tiempo que experimentaría una de las peores crisis del país. Los programas sociales e infraestructura fueron la promesa para llegar a comunidades alejadas y el camino a representantes ciudadanos de las mismas, comunidades que posteriormente serían puentes entre necesidades y proveedores.

Carlos Salinas de Gortari asumió el poder en 1988, buscó acelerar y profundizar el paso económico para México planteando diferentes reformas del Estado, se integró un gabinete más plural que incluyera a miembros de la clase política tradicional (CNOP, 2018), así como la renegociación de los pasivos externos del país en 1989, esto último aceleró (Romero,2014) notablemente un cambio en la estructura de 1989 a 1992, desincorporando tras la fusión, venta o liquidación de 195 empresas de las 412 paraestatales que existían alrededor de 1988, la reprivatización del sistema bancario, desregularización interna de la economía, aplicación rigurosa de una ley fiscal y el entrada Tratado de Libre Comercio (TLCAN). De esta reestructura nace un conjunto de posibles estrategias políticas que giran en torno al fortalecimiento del presidencialismo.

Programa Nacional de Solidaridad (PRONASOL) como institución de desarrollo social tenía como objetivo abatir la pobreza en zonas indígenas rurales, población

marginada de zonas áridas y urbanas, a través de la acción social dividida en seis componentes básicos: alimentación, salud, vivienda, educación, proyectos productivos y empleo (Romero, 2014).

PRONASOL también fue conocido por ser financiado con recursos derivados de privatizaciones de empresas públicas y empleado como sombrilla para cubrir todo gasto clientelar con el que, el Presidente de la República Mexicana pretendía recuperar el control político perdido con la ruptura cardenista al interior del PRI. El gasto fue inmenso y su distribución discrecional bajo la marca de *solidaridad*, se hicieron grandes inversiones, carreteras por mencionar un ejemplo. Los comités de Solidaridad pulularon como redes captadoras de recursos públicos.

Dicho lo anterior, la recuperación de las bases populares en un principio se da por medio de Solidaridad generando el fortalecimiento sobre la capacidad de captación electoral por parte del PRI, como partido en curso y promotor de los programas que éste impulsaba, por ende, debilitó a pequeños grupos gremiales resistentes al cambio; una vez encaminado, el Programa Nacional de Solidaridad comienza a fundamentarse como unos de los primeros programas de carácter social, donde encallarían posteriormente las prácticas referentes del clientelismo actual, en particular del caso mexicano. Este programa se consideró para combatir necesidades básicas, e incluir al sector campesino de menores recursos y sobre todo a grupos étnicos, sin embargo, ésta sería la primicia de la política económica neoliberal, desde esta perspectiva, el programa consistía en un esquema basado en distintos proyectos con colaboración de los mismos beneficiarios, estableciendo mecanismos de obligación-responsabilidad compartida, donde el gobierno aportaba recursos técnicos y financieros, y los participantes al interior de este

aportaban básicamente su trabajo. Por ejemplo, el gobierno federal daba un pequeño monto de dinero para apoyar el cultivo de maíz, los campesinos en cuestión tomaban los recursos y, en vez de devolverlos, tenían la opción de aportar su trabajo en las obras públicas de la comunidad (reparar calles, pintar edificios públicos, etc.).

También se intentaba lograr que los apoyos económicos fueran recibidos de forma directa por la población, a través de las instancias del propio programa, básicamente los presidentes municipales y los beneficiarios. La intención explícita era evitar intermediaciones y mal manejo de los recursos, porque el gobierno había cerrado algunas instituciones de la banca oficial de fomento, pues las consideraba burocracia costosa e ineficiente.

Sin embargo, lo anterior no bastaría en los resultados esperados, el hecho de entregar recursos de manera directa, quizás en un primer plano eliminaría a algunos intermediarios de nivel burocrático gubernamental, reduciendo el costo de estos y no mermaría el arribo de recursos a manos del pueblo, sin embargo, abrió la pauta para que representantes del pueblo que se encontraban a nivel horizontal adquirieran un estatus y posteriormente evolucionaran como portavoces de la comunidad a la cual representaban, siendo el puente entre la municipalidad y el colectivo, reforzando su confianza sobre grupos sociales comenzarían a tejerse redes sociales entre autoridades vigentes (en ese entonces priistas) y poblaciones de menos recursos que eran su cantera de votos en los procesos electorales, lo que finalmente repuntó en un clientelismo grueso o institucional (Trotta, 2003: 126).

PRONASOL se refrendó en una marca de gasto político y socialmente publicitario, antes de las elecciones intermedias de 1991, cuando el PRI se daba la capacidad para recuperarse electoralmente, se especuló la posibilidad de que Carlos Salinas utilizaría la red organizativa creada por el Programa para construir un nuevo partido, el Programa operado por una burocracia politizada, no profesionalizada, sino dependiente de sus puestos de lealtad política, esto hizo que, cuando vino la crisis de 1994-1995, Salinas se volviera el mal encarnado, la marca *solidaridad* se volviera sinónimo de dispendio, clientelismo y manipulación de los sectores más pobres.

Posteriormente a Salinas, Ernesto Zedillo, Presidente de México de 1994 a 2000, impuso su programa de combate a la pobreza propio de una estrategia tecnocrática. En lugar de una gran derrama de recursos para proyectos de todo tipo, diseñó la matriz del entonces programa de distribución de recursos focalizados con patrones definidos: PROGRESA, posteriormente llamado OPORTUNIDADES para los ex-presidentes Vicente Fox (2000-2006) y Felipe Calderón (2006-2012), conservó características principales de cada predecesor y en su momento incorporó acciones nuevas en cada periodo con el fin de ampliar el acceso a familias en pobreza. Un ejemplo de esta estrategia fue mediante transferencias monetarias en tarjetas bancarias y suplementos alimenticios supeditados a la asistencia de menores en las escuelas y a la supervisión de sus niveles de salud (Romero,2014).

El principal avance de gobiernos panistas en cuanto a políticas de combate a la pobreza fue una rendición de cuentas con la creación en 2001 del Comité Técnico para la Medición de la Pobreza en México y con la promulgación en diciembre del

2003 en la Ley General de Desarrollo Social, de la cual se derivó el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL).

La autonomía del CONEVAL, con mayor transparencia, y la comprensión ejercida por la competencia política plural pudieron limitar el ejercicio clientelista de programas sociales, sin embargo no dejó de tener porosidades, pero mientras no exista una administración pública profesional, donde los cargos no dependan de afiliación política, los resquicios para el clientelismo seguirán latentes sin un sistema educativo equitativo y de calidad, una seguridad social de cobertura universal y un crecimiento económico que genere empleo bien remunerado, el progreso, las oportunidades o la prosperidad seguirán siendo evanescentes para los más pobres (Morales, 2013).

En cuanto al principal programa social del Presidente Peña Nieto, PROSPERA, una nueva aplicación de OPORTUNIDADES, un cambio de nombre hace homenaje al diseño zedillista con énfasis en acceso al crédito y acceso de pequeñas y medianas empresas(PyMEs), seguros, educación rural, educación financiera, becas y un nuevo impulso a proyectos productivos, pero han resultado ser paliativos en una sociedad donde la mitad de la población vive en la pobreza y más de 25% en pobreza extrema, como lo han mostrado indicadores del INEGI hasta el momento (Romero, 2014).

Desde los términos a punto de citar, explicando el corporativismo mexicano, cabe resaltar el término que alude a la rama de “la nueva historia económica, que apunta a la relevancia institucional, para explicar procesos de desarrollo económico, así, la corriente de la Teoría Política Positiva, considera la coexistencia de enfoques institucionalistas de orientación sociológica e histórica,

para enfatizar (...) ideas en torno al neocorporativismo” (Schmitter*cit. en* Del Castillo, 1996:1).

Cabe agregar que, “se desempeñan en reglas regulativas las cuales son percibidas como reglas objetivas y externalizan configuración en un sistema de incentivos y penalizaciones, y otras constitutivas que configuran la identidad de los actores en el sentido que subyacen a las interacciones que estos despliegan” (Del Castillo, 1996:4).

2.2. El papel de los partidos políticos y las reglas del juego (contexto electoral)

Tras cada periodo electoral las reglas llegan a cambiar, sea por iniciativa de figuras meramente políticas o por los medios de comunicación que implícitamente exhiben los conflictos entre los actores, lo que conlleva a un reajuste normativo, sea por la demanda de transparencia o legitimidad, pero este tipo de sucesos ha funcionado para presionar a los distintos entes que participan en el proceso electoral.

El PRI caracteriza su elección de candidatos por un fuerte centralismo y un acompañamiento amplio de liderazgos estatales como gobernadores y líderes de sectores que garantizan al electorado el día de elecciones. En el caso de controversias, sus arreglos y conflictos, aunque fuertes al interior del partido, hacia afuera podían percibirse como tersos y prevalecientes a la disciplina del partido. En el caso del Partido de Acción Nacional (PAN) los consejeros integrantes del Comité Ejecutivo Nacional (CEN) definían sus candidaturas plurinominales a diputados y senadores, en una modalidad de voto de urna, y cada consejero podía

votar por tres candidatos por circunscripción; a diferencia de otros partidos, sus candidatos podrían designarse por negociación previa, buscando consensos entre grupos internos, de considerarse que quien tiene más votos define y consolida el voto al mejor candidato. A lo que hoy se le hace referencia como “voto flotante” (Del Castillo, 2013, 55).

Hacia las elecciones del 2012 se vuelve a presentar una especie de nuevo clientelismo en el escenario mexicano, especialmente en la Ciudad de México, donde implícita colaboración entre empresas, medios de comunicación, grupúsculos, sociedad civil, entre otros actores, se ven envueltos en diferentes estratagemas que buscan impactar al electorado, no sólo con implicaciones de compromiso en el carácter social, sino reforzar las estructuras institucionales para mantenerse a flote, como es el caso del Partido Nueva Alianza (PANAL), Partido del Trabajo (PT), Partido de la Revolución Democrática (PRD), o en todo caso, conservar al menos el registro, como es el caso del Partido Humanista o del Partido Encuentro Social.

A partir de este análisis se puede precisar en algunas características del sistema político mexicano en virtud de este breve documento, con perspectiva empírica por parte de los actores políticos y sociales, el clientelismo político es más que un artilugio para las instituciones, partidos políticos, sindicatos o mediadores que juegan un papel importante en el escenario político clientelar, ya que el uso estratégico de reglas meramente utilitaristas que apuestan al escenario de necesidad política, con el fin de obtener un beneficio particular, común o para un sector reducido del capital social dependiente y dimensionado para generar, tratar o negociar relaciones meramente benéficas de corto plazo, y para las

esferas menos afortunadas, sugiere una oportunidad para canalizar sus demandas y quizás así recibir la ayuda esperada, aunque ésta sea mínima,

Sugey López (2013), basada en Siavelis y Morgestern, desarrolla una tipología basada en la lealtad como concepto, toda vez que es determinante central en el comportamiento y sus relaciones con la elite partidista, los electores de una circunscripción, los intereses egoístas de los candidatos o hacia un grupo social a lo particular, así podemos definir cuatro tipos ideales de candidatos, los *leales al partido*, los *servidores de distrito*, los *empresarios políticos* y los *delegados de grupo*.

En la trama del 2012, los distintos partidos políticos han reconocido que la democracia en México atravesaba por una crisis representativa, manifestando desencanto en sectores de la ciudadanía y, en consecuencia, un incremento en la abstención de procesos electorales, sin soslayar el papel mesiánico de López Obrador y la creación posteriormente de su partido MORENA, cabe mencionar que éste no es un problema nuevo, ha sido discutido en diferentes momentos por distintos actores políticos y sociales en los últimos años (Del Castillo, 2013:26-33).

La crisis representativa que atraviesa México tiene al menos dos aristas fundamentales, una es la carencia de espacios para participación ciudadana; dos, el dominio de reglas no escritas que han quebrantado instituciones y leyes, afectando ejercicios de derechos ciudadanos y la posesión de bienes que la Constitución de 1917 garantiza, comenzando por la seguridad y la pérdida del valor adquisitivo salarial, reflejadas en el deterioro de vida (Del Castillo, 2013:118-119). Tal erosión es percibida en condiciones ciudadanas de credibilidad hacia representantes partidistas, figuras de autoridad, instituciones y actores sociales,

pues en ellos no encuentran soluciones reflejantes de mejora continua en decisiones. La crisis de la sociedad no es percibida como un fenómeno exclusivo del colectivo, no es posible entenderla como crisis social, política y cultural, sin tomar como referente el malestar de individuos desde su singularidad, independientemente de sus prioridades y su entorno (Arias, 2015).

Para explicar este aumento de casi cinco puntos (4.53%) se plantean dos hipótesis complementarias. La primera de ella retoma elementos relacionados con cuestiones técnico-operativas, mientras que la segunda se fija en cierto tipo de estrategias electorales empleadas, las que se referencia a lo que es conocido como “compra del voto” (Morales Garza, Fernández García y Arias Arias, 2015:62).

Haciendo referencia a la autora, la primera sustenta su argumento en buena medida al sustento del padrón electoral, la depuración de la lista nominal que culminó en el mismo año de la elección, 2012, inhabilitando credenciales para votar antiguas identificadas con los números “03”, tras la depuración, esta acción elevaría la proporción de participantes respecto al total de ciudadanos registrados, implicando un cambio necesariamente en la cantidad de votos emitidos; la segunda posibilidad plantea un incremento de participación asociado a incentivos económicos por medio de tarjetas electrónicas, dinero plástico, que emitió el PRI con la ayuda de las empresas privadas Soriana, almacenes comerciales en que podían emplearse, y Monex, la institución financiera que operaba los recursos (Morales Garza, Fernández García y Arias Arias, 2015:62). No hay duda de que se repartió dinero por medio de Monex, no hay duda que el PRI lo hizo, sin embargo, hasta este momento en la legislación electoral vigente, no existe delito alguno.

Otra variable del juego electoral 2012, en contexto Cabañas Díaz (2013) describe parte del proceso electoral en el marco político y normativo de las organizaciones, éstos se enfrentan con sí mismos en la organización de procesos; en primer término, las elites partidistas definen la agenda legislativa y gran parte de la política nacional, puesto que no habían alcanzado acuerdos para nombrar la tercera parte del Consejo General, máxima autoridad del Instituto Nacional Electoral (INE). Quizá este hecho es sólo ya un indicio de polarización electoral. En segundo lugar, se llegaba al proceso con una nueva legislación con la independencia del órgano electoral respecto al Jefe del Poder Ejecutivo.

México no ha tenido sus elecciones con las mismas leyes, las cuales se han reformado constantemente; posteriormente, la nueva ley ha deteriorado la confianza social del Instituto Federal Electoral (IFE), generando un malquistado al instituto con grupos de poder y oligopolios en medios de comunicación, así también, con conspicuos opinadores, pero, aun así, soslayaron los retos del proceso como deficiencias para subsanarla fiscalización de gastos de campaña en partidos y candidatos.

Otro escenario fue la denominada “guerra de las encuestas”(Villamil, 2012), que propició la salida de electores a participar con mayor medida en elecciones anteriores, puesto que las encuestas siempre otorgaron el primer lugar al candidato del Partido Revolucionario Institucional, con una importante distancia entre el primer y segundo lugar, pareciera haber propiciado que militantes y simpatizantes de todos los partidos salieran a demostrar que el triunfo de su opción era realmente algo posible; bajo otra perspectiva, la afirmación sobre el aumento de participación electoral se pudiera deber al reparto de dinero líquido

por el PRI entre el electorado. Las denuncias al respecto llenaron el órgano electoral nacional, sin embargo, el marco jurídico vigente no permitió sancionar la presunta falta, entonces el aumento de los votos habría sido provocado mediante mecanismo que ni un marco fiscalizador más estricto habría considerado ilegal. Sin embargo, el factor socioeconómico, implícitamente destaca el tamaño de la población como un elemento para evaluar a los ciudadanos y su posibilidad para marcar la diferencia con su voto.

Para llevar a cabo las elecciones de manera legítima en el proceso electoral, en síntesis, la preparación del proceso electoral federal 2011-2012 representó para el IFE (ahora INE), Leonardo Valdés menciona la claridad de las reglas de juego, justificando seis actos que tendrían que resolver seis retos significativos, en primer lugar, el fortalecimiento y renovación de la estructura profesional, 2) una transformación reglamentaria, para que las disposiciones legales tuvieran su contraparte normativa en las diferentes instancias del IFE, 3) intensificación sobre funciones de arbitraje, 4) un ejercicio de concertación para construir una relación respetuosa con la industria de la radio y la televisión que favoreciera al cumplimiento del mandato constitucional (reforma de telecomunicaciones) del IFE como administrador único de los tiempos del Estado en Radio y Televisión, y 5) una amplia convocatoria ciudadana para fomentar la participación como funcionarios electorales, observadores o votantes (Valdés Zurita, 2015:20-21).

Ante los retos que enfrentaría el INE, en lo cual han coincidido autores en los cuales Leonardo Valdés de esta investigación destaca, la actualización del padrón electoral como prioridad para rescatar la confiabilidad de listas electorales, y sacar de las mismas ciudadanos inexistentes o con duplicidad de domicilio, por ello la necesidad de un programa especial para renovar credenciales y actualizar el padrón electoral, para las modificaciones, el Congreso sin más facilitó modificaciones al Código Federal de Procedimientos Electorales (COFIPE), de tal manera que el marco normativo no fuera una excusa. Un segundo reto era mantener los niveles de cumplimiento de la industria de radio y televisión.

Tercer reto, captación e instalación de casillas para el desarrollo de la jornada electoral, se tuvo que organizar 3600 ciudadanos que integraron los Consejos Distritales, 384 conformaron los Consejos Locales y 34327 fungiendo como supervisores, capacitadores y asistentes electorales realizando labores de selección de funcionarios de casilla y cómputo distrital de votos.

El cuarto reto, la oportunidad y credibilidad de los resultados electorales, puesto que, al abordar el tema clientelar, la lucha por el poder político no se detiene por tecnicismos estadísticos, pero se nutre opacidad. Para contribuir a la gobernabilidad, las democracias además de ser equitativas y apegadas a Derecho, deben de ser absolutamente transparentes.

El quinto reto se canalizó al voto extranjero y un sexto reto a la fiscalización de partidos políticos, con la finalidad de investigar, auditar y determinar el origen de recursos económicos para los partidos en campaña; la fiscalización sobre la base de equidad electoral y protegida de intereses privados, esta última pretende manejos públicos más transparentes y profesionales (Valdés Zurita, 2015).

2.3. Los otros actores

Los individuos son partícipes en la construcción de sus libertades, pues construyen áreas de libertad para ellos y los demás, el argumento de solidaridad es ineludible sin soslayar la tolerancia respecto a todos los demás, sus intereses, concepciones e ideas. Sin embargo, la intervención de medios de comunicación y empresas militantes, presentan pautas considerables en la interpretación de diferentes mensajes manifestados a la ciudadanía, directa o indirectamente, estos emplean su figura como mediadores que engloban algún tipo de proselitismo

partidista o ideología tendiente de la misma, pues escenifican distintos mensajes pragmáticos, en este sentido la interpretación de las reglas que anteceden a:

(...) los agentes secundarios manifiestan reglas que pueden ser divididas en “reglas de cambio”, “reglas de adjudicación” y “reglas de reconocimiento”; en este sentido las reglas de cambio, constituyen el remedio para evitar el carácter estático de un sistema integrado únicamente por reglas primarias de obligación; las reglas de adjudicación, son las que confieren determinadas potestades a ciertos individuos para determinar, en forma revestida de autoridad, si en una ocasión se ha de transgredir una regla primaria y la “regla de reconocimiento” especificará alguna característica cuya posesión por una regla sugerida, es considerada como una indicación afirmativa e indiscutible de la que trata una regla de grupo, que ha de ser sustentada por la presión social que éste ejerce (Hart, 1961:92-94).

Actores como empresarios políticos manifestantes de poca lealtad, emergen donde las variables legales e instituciones se combinan para hacer los propios candidatos. Sin embargo, una vez elegido el candidato, tienden a dejar de lado objetivos políticos esenciales como los relacionados con intereses legislativos, es probable que empresarios políticos emerjan intrínsecamente con sistemas de organización partidista descentralizada, ausente de mecanismos transparentes que refuercen específicamente al partido y autoselección, asegurando ventajas individuales o menos formales no ligados.

Por otra parte, la existencia de delegados de grupo, deben su lealtad a un grupo funcional, social o partidista, éste puede ser un sindicato, asociación empresarial o grupo campesino, religioso, separatista o étnico. Los delegados de grupo surgen de cualquier contexto institucional, pero la variable crucial es la fortaleza del grupo corporativo al que representa. Los más comunes a identificar tienen correspondencia ideológica con el PRI, PRD y PANAL. El hecho que el PRI otorgue dos espacios asegurados en la Cámara de Diputas a Fuerzas Armadas, es el caso del general Raúl Masis Sandoval, a la quinta circunscripción y al

almirante Santos Galván Villanueva (diputado federal vía plurinominal por Sinaloa) al tercer lugar de la primera circunscripción. Por el Partido del Trabajo (PT) compadrazgo, entra el grupo de Manuel Bartlett, quien aporta a la coalición su experiencia política y contactos de alto nivel por su trayectoria, sumamente destacada, la cual permitirá consolidarse como un personaje para explicar la alternancia política y la democracia en México desde el poder y la oposición.

Las relaciones se reproducen en diferentes fases de poder clientelar político, y van más allá, no sólo se reduce al intercambio de bienes o servicios, la complejidad del tema se transcribe en aras por conservar el poder en multiplicidad de relaciones sobre coalición y cohesión dentro de intereses y relaciones del poder mismo. Es el caso de líderes sindicales como Elba Ester Gordillo, líder sindical del sector educativo mediante el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE), y Carlos Romero de Deschamps, líder del sindicato petrolero de Petróleos Mexicanos (PEMEX), como comunes que ayudan a garantizar el día de la elección, creando un tipo de redes influyentes a distintos niveles; pero sin dejar de lado la intervención de la fe: el 15 de julio del 2012, en su número 1863, en el artículo llamado “Los acuerdos secretos”, resalta la participación de la Conferencia del Episcopado Mexicano (CEM), en colaboración con Televisa, para impulsar la imagen del candidato del PRI, Enrique Peña Nieto, quien de llegar a Los Pinos se comprometió a corresponder el favor, apoyando cambios constitucionales que viene pidiendo la jerarquía católica en materia de libertad religiosa, que implica reformar el artículo 24 constitucional, lo cual no se concretaría más que para algunos casos de escuelas particulares.

En contexto, la relaciones de actores externos, no se puede soslayar el papel de estos mediadores que a grandes rasgos intervienen de manera fundamental, posterior o anterior a la coyuntura, dada la prevalencia competitiva por cargos públicos, es determinante para el funcionamiento interno de los partidos políticos, en alguna medida, sea por fuerzas externas (como sistema electoral, cultura política, marco legal, actores descentralizados que apoyan de manera indirecta la fiscalización en las diferentes campañas electorales, entre otros).

Tras el proceso deliberante, los actores constantemente aventajan con estrategias novedosas, ajenas a experiencias de propios adversarios en impacto completamente no convencional, pues los códigos morales y éticos que rigen tienden a relajarse de forma gradual, en efecto esto se traduce en *guerra sucia*, frase que hace inferencia a diferentes estratagemas, así como recursos desesperados y débiles por todos los medios disponibles, por actores en su papel de *principales*, que buscan nivelar el campo de juego, sin embargo esto converge a su vez sobre la legitimidad ciudadana.

En el caso del Partido de Revolución Democrática (PRD), López Obrador como candidato presidencial, tendió a cambiar su estrategia y posición siendo mediador el Senador Ricardo Montreal, según la revista Proceso:

(...) se hiciera cargo de proyectar la imagen, discurso y propuesta ante el proceso electoral, Monreal menciona que en diciembre del 2011 se establecieron tres etapas de la campaña presidencial: conciliar con sectores alejados de la izquierda, como empresarios, asociaciones religiosas y jóvenes, realizando foros e intensificar los mítines para contrastar las propuestas de López Obrador contra sus contrincantes panista y priista principalmente; realizar 32 cierres de campaña en las entidades del país, culminando el 27 de junio en el zócalo de la ciudad de México, buscando reforzar los antecedentes históricos de su gestión como jefe de gobierno lo que respecta al Distrito Federal (Villamil,2012:24-27).

Del lado priista, la sospecha de campaña por Jenaro Villamil, hace mención a Videgaray y Osorio Chong como pilares del candidato priista, el artículo destaca al primero, Videgaray considerado uno de los “cerebros” y vocero del peñismo, encabeza la estructura piramidal del equipo que se divide en 18 coordinadores generales, 32 estatales y cinco circunscripciones plurinominales; Osorio Chong operaba con gobernadores priistas y con la estructura de “promoción del voto”, al tiempo que es “puente” entre la vieja clase política, liderazgos sindicales y corporativos del PRI.

Para generar resultados en la competencia electoral, el grupo de candidatos genera sujeción a pertenencias empresariales de gran poder económico en México, en palabras coloquiales, podría decirse que asemejan un patrocinio a pesar de ser ilegal, pues los partidos políticos son de carácter público y no privado o mixto, como sucede en otros países, sin embargo, la práctica en el campo electoral mexicano es totalmente real, pero irónicamente inescrutable, el clientelismo político no sólo se interpreta en relaciones de caterva, de despensas por votos, también intercambian patrocinios, concesiones, contratos o favores empresariales, niveles del clientelismo duro o fino. Un ejemplo es la “telebancada” donde TV Azteca y Televisa como duopolio de telecomunicaciones, medios de comunicación disputan sus intereses, se encuentra conformada por 20 candidatos de vía plurinomial para ocupar espacios en las Cámaras de Senadores y Diputados, estando postulados por coaliciones; el PAN y PANAL, todos sus candidatos postulan por lo menos a un legislador de telebancada; donde según fuentes de la Asociación Mexicana del Derecho a la Información (AMEDI) por la lista plurinomial de Senado, Emilio Gamboa Patrón exsecretario de

Comunicaciones y Transportes en el sexenio de Salinas, entre otros, el papel de estos actores es hacer contrapeso o favorecer propuestas del “lado” en que se encuentre.

Citando a Auyero (1997:24), “el intercambio objetivo y la experiencias de los actores, determina así mismo la negación colectiva en intercambios inmiscuidos; pues el clientelismo político continua siendo una institución informal, extendida en nuevas poliarquías”, el hecho de emplear clientelismo político enmarca una influencia mutua en estructuras de intercambio y acciones colectivas o individuales; Guillermo O’Donnell (1996) señala como una característica endémica latinoamericana, donde la existencia limitante de una democracia precaria y frágil refleja características esenciales de una ciudadanía con propensión al fenómeno clientelista continuo, aunado a la deficiente educación, pragmatismo económico, falta de interés societal, educación cívica y otros rasgos soslayados en ciertos casos.

2.3.1. Juglares e información en medios de comunicación

La información se ha convertido en algo valioso y los medios que la controlan se han convertido en figuras de todo tipo, estos poseen las facultades de discernir los mensajes que pueden considerar apropiados o no, según intereses o impacto que buscan causar en la audiencia, de manera tal que han llegado a convertirse en el artilugio o permuta del ambiente político-social.

En la actualidad, los medios de comunicación generan una vasta influencia en la opinión pública, donde los individuos se expresan de forma masiva y social a través de redes sociales, bifurcan su función e importancia, por un lado surgen

oportunismos de manipulación y por otro, un arma de dos filos que reduce o maximiza la arena pública, una ambigüedad de expresión presencial y física, acotada a lo virtual; así pues, los seguidores del utilitarismo no tardaron en comprender la importancia histórica de los medios de comunicación físicos y digitales en su transformación rápida y ambigua, pragmatistas que se aprovechan de lo que para otros sería una calamidad social, tratando de entender su propia transición. En las sociedades crónicamente dinámicas como México, los controladores de datos o aparente de los mismos, crean una impresión de competencias que confieren capacidades de gobernar o inducir a una realidad necesaria para hacerlo, sea por el *conocimiento de datos* y el *manejo de cifras*, son la prueba más segura sobre la capacidad en la vida pública.

McLuhan²⁰ pensaba principalmente en la televisión, insistió en que las personas que permanecían sentadas pasivamente ante la televisión, insistió en que las personas que parecían sentadas pasivamente entre tubos de rayos catódicos, contemplando un desfile ininterrumpido de imágenes procedentes de todo el mundo, se estaba transformando, de un modo a otro, en ciudadanos más participativos (Roszak, 1990:195).

Sin embargo, ver TV todo el tiempo no es participar, siendo concomitante con Chomsky (*cit. en Pineda, 2002*) en su crítica a la TV, como herramienta para mantener al público ignorante y mediocre. Hacer que el público sea incapaz de comprender tecnologías y medios utilizados para su control y esclavitud:

(...) la cantidad de educación dada a las clases sociales, debe ser la más pobre y mediocre posible, de forma que la distancia de la ignorancia que se plantea entre las clases sociales superiores, sea y permanezca imposible para alcanzar de las clases

²⁰ Para otras aproximaciones y considerando todas las reservas: crítica literaria y teoría de la comunicación, McLuhan es reconocido como uno de los fundadores de los estudios sobre los medios, y ha pasado a la posteridad como uno de los grandes visionarios de la presente y futura "sociedad de la información". Hacia finales de la década de 1960 y principios de los 70, McLuhan acuñó el término "aldea global" para describir la interconexión humana a escala global generada por los medios electrónicos de comunicación. Es famosa su sentencia "*el medio es el mensaje*".

inferiores; estimular al público a ser complaciente con la mediocridad, promover al público a creer que es moda el hecho de ser estúpido, vulgar e inculto (Pineda, 2002).

Antelas estrategias publicitarias recurrentes por los medios de comunicación en el marco electoral del 2012, tomando como referente estratagemas y acciones de los presidenciables, sus analogías simples, abruptas y apelativos emocionales de género, raza e identidad por mencionar algunas; ejemplo tal, es el eslogan de Josefina Vázquez Mota: “Josefina Diferente”, el cual fue perdiendo seriedad en la atención del público, tras confundir resoluciones sobre problemas importantes en su agenda; un cambio radical de campaña y un discurso con errores, terminaba por generar un diluvio de información insignificante, desorientando a su público.

En el caso de Enrique Peña Nieto, es claro que la estrategia se percibía con un enfoque familiar más del estereotipo varonil, aunado a esto, el matrimonio con una actriz reconocida engalardonó su imagen, impactando en el imaginario de su público femenino.

Si cabe, padecemos de una superabundancia de información sin refinar ni digerir que surge de todos los medios que nos rodean. He aquí en un problema que el utilitarismo nunca previo: puede haber *demasiada* información. Tanta, que el bosque se pierde en los árboles. El resultado es entonces una variedad nueva de política, en la que los gobiernos no restringen el flujo de información, sino que, en vez de ello, inundan al público con ella (Roszak, 1990:197).

Hacer que la ciudadanía se interesase por los procesos electorales o por acontecimientos esenciales durante las campañas, sólo logró mantenerla alejada de la problemática social, cautiva por premisas sin importancia real o argumentos que minimizan la importancia de los sucesos.

La minimización del proceso electoral también se vio afectado por sucesos en que los medios le dieron más importancia a otros aspectos implícitos, tal es el caso del debate político del 7 de mayo de ese mismo año, donde medios impresos

que sin ser amarillistas asignaron espacios para hacer referencia a los errores técnicos del IFE durante la transmisión, quedando en segundo plano la esencia del debate, y aún más, fue la controversia dada por la edecán que portaba un vestido escotado y sus consecuentes, acaparando la atención de medios electrónicos y digitales, aun sin el morbo y amarillismo en que otros medios de menor seriedad ahogaban a su público.

Es así como la compilación, manipulación y tergiversación de información se ha convertido en estrategias políticas, mejor percibida como “guerra sucia” con premisas falaces y del hecho procedente sobre algún acto o personaje relevante, retomándolo como un argumento verdadero, ejemplo de este caso es la “llamada guerra sucia contra López Obrador, llevada a cabo por el PRI” (Del Castillo, 2013: 28-32), argumentando con etiquetas como, que éste era un “peligro para México” y su contraparte llamada “Peña no cumple”, buscando deslegitimación entre ellos, independientemente del contexto.

Independientemente de la intervención de los medios de comunicación en campañas electorales, la sobresaturación de información en cantidades indigeribles donde no sólo se encuentra propagandismo electoral, también noticias, documentos, actas de comisiones, informes, folletos, estadísticas de “organismos oficiales”, así también “estatales” y “federales”, todo a disposición de cualquier usuario interesado, esto bifurca la credibilidad de la información, pues parte de ésta puede no serlo o estar incompleta, por lo que no hay modo de soslayar la incertidumbre, pues muchas de las bases de datos digitales e impresos, han sido compilados de las mismas fuentes o de datos reciclados.

En su haber, los asesores de los presidentes desarrollan figuras a explorar para el mercado político, para que exista una congruencia existente entre promesas y acciones, con solvencia a cabo de sondeos de opinión pública y reuniones con grupos específicos, averiguar qué desea escuchar el electorado, para de alguna manera, configurar sus mensajes y ajustarse a los deseos de ese electorado, pero la expectativa puede producirse de manera equivocada, cuando ésta se vuelve demagogia.

Habrá que anteponer la importancia o distinción entre la información e ideas que se consumen, la información se transforma en problema político cuando es iluminada por una idea sobre: justicia, libertad, igualdad, seguridad, el deber, lealtad, voluntad pública, entre otros temas, pues no todos los consumidores comparten el mismo imaginario social, en cambio, habrá que retomar las ideas heredadas de ricas tradiciones de filosofía política, pues las ideas perviven en una abstracción ética que posee solidez y que continúa basándose en leyes, programas y normas de actuación, incluso en políticos que nunca hayan leído a pensadores de política.

De igual manera, los protagonistas políticos de nuestra cultura popular tienen que ver con la creación de valores políticos, culturales y sociales que persiguen el “deber ser” de ideales colectivos; semejantes ideas perviven porque son respuestas poderosas a interrogantes sociales de índole universal, pues la propia política tiene su cultura informativa, sea en el marco conservador o liberal, derecha o izquierda, generan un marketing sustentado de tecnologías, instituciones, espacios, etc., reservando, en ocasiones, la verdadera fuerza y motivos detrás del proceso político, económico y social.

Siempre existirá una tendencia tanto influyente como agresiva entre los medios de comunicación hacia la opinión pública, tanto de los que pretenden controlar y centrar la información y, por otro lado, donde radican los alternativos, como periódicos independientes e internet; sin embargo, el Estado y el gobierno siempre serán el cliente más rico y mejor postor en la industria de la información y, a su vez, el mayor poseedor de datos en concordancia con empresas de telecomunicación.

CAPÍTULO III

LIBERALISMO, EL CAMINO AL CLIENTELISMO

A manera de breve introducción para este capítulo, el liberalismo se convirtió en la esfera mexicana de derechos que estaría ornamentada con rasgos pragmático-culturales y globalizados, rasgos fundamentales para alinear a la mayoría de los ciudadanos en las nuevas posibilidades de un mercado abierto, y a decidir sobre las mejores opciones para competir en forma individual o colectiva, donde las oportunidades se encuentran disponibles por medio de la tecnología. Es así como el individuo busca las formas plausibles para desarrollar las condiciones utilitaristas que lo lleven a satisfacer las necesidades tanto individuales como colectivas. El liberalismo se convirtió en la antesala de la política pragmática, busca lograr acuerdos entre individuos e instituciones que sopesen las necesidades colectivas tras reproducir prácticas de mercado a su alcance, en un ambiente social utilitarista, previsto de valores que se caracterizan por tener una serie de derechos que le asignarían un valor como ente político, económico y social, propios de la cultura mexicana.

3.1. De la ideología liberal en la cavidad política

Es necesaria una breve referencia al liberalismo de mercado para explicar conductas de actores políticos y sociales, pues el liberalismo reviste rasgos opuestos de su propia ideología constituyendo una desviación en vez de suscitar mutaciones y de resolver problemas sociales; en vez de presentarse como método parcial, tiende a hacerlo como doctrina total que rehúsa someterse a prueba de

realidad; en vez de mostrar fuerzas que obran en la sociedad se dedica a esconder sus existencias.

En algunas de sus formas, el liberalismo económico resulta ser una repuesta anti-política a la crisis de regulaciones mundiales, cuando la realidad se vuelve incomoda de aprender, aparece su tendencia legitimando la pasividad política del Estado. Los valores del mercado promueven pragmatismos a posición de valores sociales, sin embargo, no pueden cumplir esta función del todo, pues el ente político (en su liberalismo político) es subjetivo en sus intereses, haciendo practica de su sentido ético, que definirá la distinción entre el bien y el mal, lo estético, lo religioso, etcétera. Variables que influyen en sus decisiones individuales o colectivas, sea en un marco competitivo o singular.

La ideología liberal en primera instancia, cual fuera su eventual universalidad de principios, fue la respuesta pragmática con propósitos instrumentales trasladados a su ineludible evolución, sea política (siglos XVIII, XIX), económica (expansión de capitales del siglo XIX; repuesta a la crisis económica del Estado Providencia de los años 70) o inclusive social (calificada como insoportable estructura de un Estado no regido por política alguna), sigue transformándose en países latinoamericanos como México. La fusión cultural del precepto liberal fue generando con el tiempo costumbres sociales y culturales que a la realidad más prospera terminaron por exceder las estructuras sociales, creando una tesitura donde las voluntades, prácticas o leyes son interpretativas y más aún en el campo político, entrelazando la percepción económica y social respecto a los parámetros que envuelven al contexto de un gobierno.

Nicolás Tenzer apela al liberalismo como la base a priori, de una doctrina económica impuesta con libres mercados y canales de comunicación internacionales, implementado con accionamientos de internacionalización y globalización (neoliberalismo), que parte de una realidad del mundo que testifica nuevas formas de dominio y explotación de unas clases sobre otras, en contradicción con las necesidades sociales más generales con la globalización, la pretensión de homogenizar y subordinar a determinados intereses a la sociedad humana mediante el mercado y el consumo de masas (Flores y Mriña, 1999:16), lo que se puede interpretar en una nueva cultura homogénea a la que se suman innovaciones tecnológicas, fomentando la producción masiva de información o simplemente para agilizar un determinante consumo.

Ingenuamente se afirma la teoría liberalista como el régimen que mejor expresa la idea de libertad, innegable a comprobar que ciertos liberalismos no apuntan más que a ciertas libertades y no a la libertad, no hay solamente un liberalismo económico o político, pero si varios que combinan diferentes posturas y que en ciertos casos se contraponen, según Tenzer; lo mismo sucede en la esfera democrática.

Un primer término toma el ideal de libertad para posteriormente atraparlo en modelos político-económicos, creando pautas para una anomia social, resultante de fallos estructurales e inevitables de un sistema político-económico complejo, como consecuencias de una esfera electoral con huecos abstencionistas, pérdida de legitimidad en órganos estatales, falta de credibilidad hacia las instituciones, elecciones mediocres y, por ende, una cultura política rezagada.

La idea precursora del liberalismo y un tanto inestable, parte del individuo, “porque es hombre es naturalmente titular de derechos de una lista posible de confeccionar” (Tenzer, 1991:44), derechos inherentes con independencia de su función y lugar en sociedad, haciéndolo igual a cualquier otro hombre, que advierte un alcance siendo revolucionario de esta idea y al mismo tiempo de su carácter desestabilizador.

Partiendo del espíritu y la razón humana, se funda la posibilidad y necesidad de libertad en el hombre mismo, deriva la idea de unidad del hombre y su libertad casi incondicional, que puede extenderse al funcionamiento de la ciudadanía. Para Locke, la esfera económica en la cual está implícita la propiedad, tiene que ser protegida con el poder político del Estado, por lo tanto, en términos contemporáneos, se afirma crear en Locke un *constructivismo político*. Adepto de Locke, Pierre Manent, preceptúa el poder político resultante de un mundo de problemas, *el instituto* como herramienta política, mientras que, para Adam Smith, encunara en sí mismo su regla, en que reaparece el fundamento teórico del individualismo inglés: la sociedad está compuesta por individuos, teóricamente iguales y destinados a efectuar intercambios, de ahí el factor social no político que une a los individuos.

Dicho lo anterior, dentro de la estructuración liberal en el campo político podemos estructurar éste, partiendo de ciertos derechos constitucionales que unifiquen la teoría liberal. Manent insiste en tres derechos esenciales, entendidos en ligazón con la existencia del individuo, los dos primeros fueron recogidos en la *Declaración de derechos del hombre y ciudadano* de 1789, “la seguridad, que culmina en la integridad del cuerpo; la propiedad, que debe asegurar los medios que posibiliten

vivir; y la libertad misma, la libre determinación de los medios para conservarse, de los que da uno para sí mismo es el mejor juez” (Manent, 1990:114). Estos derechos en la arena política plantean, en su función, presupuestos que al mismo tiempo delimitan tres categorías esenciales del liberalismo político: derecho de seguridad, nadie puede ser molestado por opinar (salvo delitos de opinión); económico: una sociedad económica es de individuos propietarios; y sociocultural: el individualismo considerado como un liberalismo en sí.

3.2. El liberalismo y México

La minimización del lazo político, como consecuencia de una estructuración liberal, México se encamina a este plano tras reducir sus posibilidades sobre un poder político que no se identifica por completo con la democracia, resultante de una impugnación al lazo social. Tenzer expone a la institución política como la poseedora de razón de ser y de garantizar determinantes derechos al individuo, sin embargo, de forma no tan particular para México, la institución política sólo es legítima si cumple un fin que implica la autonomía de opinión frente al poder y la reducción sobre la existencia de derechos ligados al individuo, ejemplo más claro de este hecho es el caso de la reducción del papel ciudadano a sólo participar cuando hay elecciones y sufragar su voto.

Sin embargo, en el *deber ser*, “la institución política es imparcial, entre las opiniones es neutra y agnóstica” (Tenzer, 1991:46). Por ende, el poder resultante de la institución deberá ser mínimo y esencialmente no opresor, respetando la autonomía de opinión ciudadana y el sufragio, para promover el electorado a primer rango, sin embargo, la trascendencia del poder genera una configuración

donde se priva del poder mismo al sujeto y la opinión es tan sólo residual, pero no deja de ser importante ni objetiva, es este escenario donde el clientelismo puede interceder de manera favorable, no sólo para alterar la voluntad ciudadana, sino tendrá sus efectos en la opinión ejercida en las casillas.

El carácter tranquilizador liberal está en su forma de *gran público*, redime la complejidad del mundo por una doctrina simple, al tiempo que sugiere la aparición de un orden mejor; la desviación más notable del liberalismo tiene relación con su aplicación para homogeneizar a la sociedad, pronunciándose en contra del dominio del Estado sobre la vida social (educación, comunicación, cultura, etc.) y justificándose tras la liberación de la sociedad; este liberalismo llamado social o sociocultural coincide con la sociedad, pero no profundiza todo el tiempo, ni necesariamente por los problemas de carácter comunitario.

En la arena política mexicana es controversial la minimización de lazos políticos entre individuos y la cultura política, se agrava por las reducciones que vinculan el poder político con las posibilidades de identificarse en una democracia o con la búsqueda de un proyecto (nacional) en común, permeando al labrantío político electoral. Sin embargo, la acción de lo político resulta estratégica y no meramente instrumental, pues su ejercicio cambia en los actores que ocupan espacios prácticos, se jerarquizan, ofrecen resistencia o se coadyuvan en su accionar entre ellos, un campo de fuerza denominado del poder (Dussel, 2006:49).

Es así que los escenarios de la vida política provienen de un potencial constituido por individuos que toman formas diversas de acuerdo a las situaciones coyunturales, de manera tal que, aliados y antagonistas tendrán que saber ponderar o utilizar tales situaciones para alcanzar sus objetivos; tomemos en

cuenta que los campos en que se halla el sujeto no está limitado si se encuentra con relación a otros campos, pues un sistema liberal se ve entrelazado por el cruce de distintos campos, como en su momento lo enmarca Dussel (2006:18): “Así como los *campos* se cruzan (el campo *económico* puede cruzar al *político*), los sistemas de cada campo pueden a su vez cruzarse entre ellos (el sistema *capitalista* puede cruzarse con el sistema *liberal* o con un sistema poscolonial de élites formadas en la dependencia política)”.

El concepto de intersubjetividad del mismo autor será la arista donde se desarrolla la objetividad de acciones e instituciones (como contexto de la existencia y del sentido), el hecho de tales concepciones es también *a priori* de la subjetividad a la democracia, pues ésta es una institución política objetiva, que origina al mismo tiempo subjetividad tolerante de los ciudadanos. Ante el planteamiento anterior, México es escenario que profundiza en este tipo de detalles a colación de su vida política, procedentes de la erudición del libre mercado en procesos macro y microsociales, lo que facilita desentrañar acciones de los agentes involucrados.

La gente prefiere poner la fe en mecanismos de mercado, dando origen al fundamentalismo del mercado. El fracaso de la política se convierte en el argumento más firme en favor de dar carta blanca a los mercados. El fundamentalismo del mercado ha facilitado, a su vez, el ascenso del capitalismo global, que al mismo tiempo ha reducido la capacidad del Estado para proporcionar capacidad social a sus ciudadanos, mostrando con ello una vez más el fracaso de la política, al menos en los ciudadanos que necesitan la seguridad social. (...) En muchos casos, los valores sociales son inferiores a los valores del mercado (Tenzer, 1991:55).

La recurrencia de actos pragmáticos que ciñen y asocian las diferentes esferas, incluyendo la electoral como medio (o dispositivo) acoplado, mutado y

evolucionado, transforma plataformas para propuestas congestivas de la vida pública, impulsadas por un Estado ya sub-nacional tras cada carrera sexenal, degradando la plasticidad de percepciones íntimamente relacionadas, sea liberalismo, clientelismo, democracia, participación, representación, etc., latentes en el campo democrático y electoral, así mismo, emerge confusión respecto a la concepción y maleabilidad de estos términos y conceptos en un sistema social.

3.3. El ajuste político económico

A manera de preámbulo, México se mantiene en una tendencia cultural y económicamente cambiante, la cultura se transforma rotundamente, concibiendo una predominante sociedad consumista con industrias culturales de moral, intelectual e inclusive filosofías reducidas o acentuadas con la aparición de pensamientos (y de un sistema de conductas o reacciones sociales) que afirman la cosa *única* o *unidimensional*. El trasfondo se canaliza en aras de mercado, como un fetiche y factor decisivo para el desarrollo económico contemporáneo, donde se exalta como solución prácticamente milagrosa para todos los problemas sociales, supone una estandarización y homogenización, tras comprender ser un fenómeno social de implicaciones decisivas en todos los aspectos de la vida.

Sobre las diversas legislaciones y causales del dinamismo político neoliberal, cabe la dilucidación marxista, donde la estructura sobre la superestructura determinara nuevas relaciones de poder, así mismo, surge la encrucijada de información y comunicación, evaluando valores, reglas, preferencias, ideologías y formas culturales de una realidad humana y social, implícitamente de índole entre grupos e individuos.

En el proceso cotidiano, los sujetos presentan obstáculos para satisfacer sus vidas propias “–los pobres– circulan por el ámbito de lo público, acceden o no a políticas sociales, usan servicios públicos; van construyendo significados y explicaciones sobre la realidad como estrategias para resolver la propia reproducción del mismo juego, mientras se vive y resuelven las necesidades de todos los días” (Peralta, 2006:15). De igual manera, expresiones de crisis social y económica se agudizan en el contexto mexicano en los últimos treinta años y se enfatizan en los años 90, ampliando y resignificando lógicas clientelares en la política social.

El clientelismo mexicano también debe entenderse como una reproducción social centrada en la dimensión macrosocial a microsocial y viceversa, este proceso no establece un rasgo positivo o negativo sobre la práctica clientelar, más bien, figura cómo es que se canalizan las prácticas al momento de sufragar, contener o acaparar adeptos, subrayando las necesidades básicas de una comunidad, de arriba hacia abajo y las demandas de abajo hacia arriba, reforzando las relaciones incentivadas al interior de organizaciones o su figura llanamente intrínseca en la política mexicana, todo dentro de un aparato de asociación como lo es el nuestro.

En la mayoría de casos, el clientelismo define una compleja cadena de lazos personales entre *patrones* o *jefes* (políticos), un *broker* (intermediario) y sus *clientes*(seguidores), construida a partir del “intercambio –desigual– de favores de orden material y simbólico” (Peralta,1997:37), estas prácticas sociales tienen su mayor expresión en espacios marginados, con la existencia de una cultura política precaria y manipulable, así como, tergiversarse tras bienes inmediatos, amén de

inseguridad económica, una política disyuntiva e inconsistencia educativa entre otras variables, es el trampolín que impactara al ambiente social.

Los campos y sistemas alrededor de la política se entrelazan, y se vinculan de distintas maneras en torno al poder, vinculándose por diferentes nodos, sea poscolonial, liberal o capitalista de elites supeditadas políticamente (Dussel, 2006:18). Por lo que se sostiene que *lo privado* y *lo público* son diversas posiciones o nodos del ejercicio de la intersubjetividad, puesto que ésta consiste en una trama donde se desarrollan la objetividad de las acciones y las instituciones, como la democracia. “La democracia una institución política *objetiva*, que origina al mismo la subjetividad tolerante de los ciudadanos desde la cuna, como supuesto *subjetivo*. Es decir, toda subjetividad es siempre intersubjetiva” (Dussel, 2006:19). No obstante, el consenso racional produce la posibilidad de vincular una fuerza ciega de la voluntad, es la función inherente a la razón practico-discursiva.

La comunidad comunicativa y lingüística es en la que sus miembros pueden darse razones unos a otros para llegar a acuerdos; de esta manera, entiéndase los aspectos tras bambalinas que inducen al clientelismo y el sostén sobre las voluntades de la comunidad, sin embargo, conlleva su riesgo, pues de esta manera, la potencia o fuerza de voluntad egoísta de uno, anularía la voluntad del otro u otros y como resultado podrían dispersarse intereses privados, múltiples y contrapuestos. Por el contrario, si las voluntades pudieran aunar sus objetivos, sus propósitos, sus fines estratégicos, alcanzarían (sumando orgánicamente sus fuerzas como una voluntad de vivir común) mayor potencia.

A manera de breve desenlace, desde la diádica entre el clientelismo y el mercado en último estadio, su permuta final, tangible o no, presupone la intensidad de transacción, pues su índole está articulada a la producción, lo que para los agentes involucrados constituye un momento de realización, distribución, intercambio e importantes relaciones recíprocas basadas en necesidades de consumo, esto ocurre siempre en los conjuntos que amplían una gama de escenarios interpretativos, independientemente del preámbulo histórico, consolidándose para ajustar las coordenadas que determinen una prospectiva en las esferas político-económicas y socioculturales.

CAPÍTULO IV

NUEVAS FORMAS DE NEGOCIACIÓN POLÍTICA: EL CASO DE LA CIUDAD DE MÉXICO

La necesidad clientelar mexicana ha ido desarrollándose *a priori*, bajo condiciones hegemónicas partidistas en los últimos sexenios, arraigada en prácticas partidistas sobre una cultura política de medidas que responden a necesidades básicas, los ciudadanos y mediadores siguen la tendencia de estas prácticas desde su propia posición, sea cual sea el eslabón que ocupan en la cadena, sea entre instituciones o representantes locales, dejando el papel de las plataformas políticas en segundo plano (si es que existe), soslayan direccionalidad autónoma y participativa, no ven a futuro respuestas en sus demandas, la ciudadanía se transforma en un proceso pocas veces con demandas que perfilan a largo plazo, en algunos casos en situaciones enfocadas a un bien inmediato o a simples oportunismos que perdurara hasta el día del voto, sin embargo, las mutaciones que le acontecen al clientelismo no son del todo erradas, también se ha transformado para ser la arena de negociación y exigencia política sobre la recurrente necesidad.

4.1. El origen del clientelismo en la Ciudad de México

El discurso político es embelesado con objetos de utilidad, donde las lealtades son reforzadas con promesas acompañadas de despensas, útiles escolares, dinero, bolsas, mochilas, entre otros, el ciudadano bajo reglas de mercado es visto como cliente, los mediadores se transforman en ofertantes paliativos de demandas reales y necesidades locales. Hay que tener en cuenta la percepción ciudadana respecto a una ideológica partidista, ésta puede tener una falta del interés

individual en el verdadero conflicto común, por ende, se reduce a grupos locales atomizados por intereses particulares, que reproducen sus acciones al interior del tejido social y redes sociales, plasmándose de niveles microsociales a macrosociales y viceversa, este tipo de reproducción social tiene características de homogeneidad y plasticidad según lo exija la atmósfera pública.

Como fenómeno político, social e interacción económica, va ligada una interdisciplinar en esta investigación, dado que entre ellos existe un equilibrio bajo variables y mecanismos aleatorios compatibles, así los objetivos de actores o participantes (o grupo de participantes) implícitos contextualmente deliberan sus objetivos organizacionales, ubicando el *conflicto* como una constante de procesos que administran recursos, voluntades o soporte que pueda dar legitimidad para alcanzar los objetivos (Del Castillo, 2001:6).

Si bien, para toda organización hay una restricción de recursos y competencia por los mismos, materiales o no, los mediadores buscan y pelean una función dentro de la escala valorativa de los representantes que les dé poder, autonomía, reconocimiento; así mismo, desencadenan una serie de alicientes y recompensas que acentúe la lealtad de sus clientes y garantice para sus seguidores nociones tan abstractas como seguridad, educación, etc. De modo que la competencia entre actores alcanza un contraste operativo, esto concierne en una serie de objetivos que buscan la maximización de los mismos, corresponden a alcanzar el objetivo principal donde hay varios objetivos implícitos, lo que maximizar el principal objetivo se lograra normalmente a costa de otros.

Durante la etapa de la Regencia de la Ciudad de México, la administración en aquel entonces estaba a cargo de Ramón Aguirre Velázquez (Jefe del

Departamento del Distrito Federal de 1982-1988), donde la maquinaria del PRI funcionó de manera clientelar y corporativa, movilizándolo y operando votos mediante organizaciones internas (sindicatos) y gestiones de interés ciudadano, este fenómeno con cultura política de “te voy a ayudar”, pero dame algo a cambio, “tu voto”,

(...) nace de organizaciones políticas hacia el electorado y viceversa; una relación simbiótica pragmática entre bienes, obras y servicios negociados durante los procesos de elección. En décadas anteriores, la operación y acción política realizada por el departamento central del Distrito Federal consistió en “incentivos” o “bienes” a diferentes segmentos de la población, así a los sindicatos les proporcionaban recursos o lugares para sus actividades; a la población marginada cemento o víveres; y a la clase media alta, ligada con el PRI, permisos o licitaciones. Fue una política centralista de beneficios y otorgamiento de subsidios con fines controladores que despolitizaron al ciudadano de la capital (Morlet Corti, 2013:155-171).

4.2. El neoinstitucionalismo en el clientelismo mexicano

Haciendo referencia al marco anterior y una retrospectiva que pudiera reestructurar el análisis y desarrollo de un nuevo institucionalismo, es necesario revisar propuestas sobre la teoría económica, en la cual Del Castillo (2001:124) menciona de manera breve, el *costo de agencia*, este básicamente radica en soluciones de qué forma puede *el principal* asegurar que *el agente* lleve a cabo una acción óptima para las ventajas (del principal), y no de los propios. Una relación principal-agente en el marco económico, es la del empresario que negocia con un trabajador, aplicado al caso político, es la relación de un *patrón* con el *mediador-cliente*, un ejemplo de ello es cuando un ciudadano o elector delega al representante (mediadores o patrón) ciertas demandas normativas para el beneficio común, con el riesgo de tergiversarse o renegociarse durante el proceso,

y la “teoría de la disposición económica” desde la visión de institución de North; esta última apela a la llamada:

(...) nueva historia económica del institucionalismo económico, como una corriente crítica capaz de corregir algunas debilidades notorias del enfoque neoclásico económico, que se expresa en una estructura económica, encargada por inercia contextualmente hablando, a nuestro entorno pragmático, para la asignación de los recursos entre sectores de actividad y unidades de producción (Del Castillo,1996:16).

El problema de la imperfección y meollo determinante, es lo que se ha de considerarse como *costo de agencia* (Del Castillo,1996:18), donde se involucran diferentes implementaciones referentes a motivaciones, aludiendo al contexto social y político, los distintos agentes involucrados e interpretación que estos efectúan de sus acciones sobre la información que reciben, este fenómeno, que en palabras coloquiales puede entenderse como el *juego de teléfono descompuesto*, puesto que, a medida que se va incrementando el número de escalafones jerárquicos se deforma más apreciablemente la información, esto puede interpretarse como una pérdida de eficiencia y, por ende, un incremento más proporcional en los costos a la hora de ejecutar determinadas órdenes, puesto que, sin una ley que establezca un ámbito de acción específico, no existe posibilidad alguna de ejercer la autoridad, de manera que toda acción singular del poder esté justificada en una ley previa.

En relevancia, el enfoque y atención de los agentes sobre sus problemas de naturaleza contractual se sustentará en sus relaciones que a éstos interesan, serán entonces los impulsos que envuelven a sujetos comisionados de responsabilidades para ejecutar la autoridad, sea este un delegado o agente que tenga el control efectivo sobre una área de actividad, básicamente se trata de un

análisis de estructura interna y sus actores, puesto que en todos los casos, si existiese una relación de transparencia al interior de los diferentes componentes, disponiendo de información competente y perfecta se reducirían la incertidumbre, para asegurar los intereses sometidos a los niveles de gobierno, por tanto, en los hechos, no habría una asimetría descomunal de información sobre mismos propósitos, reduciendo la actividad de los intermediarios o *brokers*.

Cabe destacar, el cambio institucional está más enfocado al resultado consecuente sobre las acciones no anticipadas de los individuos expuestos a repetir la historia, o a las contingencias de la misma, colectivamente hablando, de manera tal, se tiene que llegar a un arreglo institucional al interior de la organización, ejemplo claro es el caso que reside en líderes partidistas y nuevos partidos políticos que entran al juego de gobernabilidad, democracia, aprobación de leyes, entre otras prácticas, donde encaja perfectamente el término de clientelismo fino (Trotta,2003; Peralta,2006), pues bien, estos actores vistos como instituciones o parte de una institución más grande, suscitan su oferta buscando mediación, motivados por intereses al interior de las mismas, sin embargo, no todas las instituciones son funcionales, generando crisis institucional tras la proliferación de organismos que no llegan a un común acuerdo, o no disponen de recursos para un mismo interés.

Desde la perspectiva de Roniger (*cit. en* Auyero,1997:113): *¿favores por votos?*, mirar al neoinstitucionalismo implica un proceso de reestructuración fragmentada como un amplio margen para el *resurgimiento de lazos patrón-cliente*, bajo formas institucionales nominalmente modernas, pues las formas clientelares han sido persistentes, aún mas donde el cambio social está substancialmente retrasado

respecto a la modernización política, en contexto el neoinstitucionalismo, no sólo es complejo y determinante para el manejo de información o recursos, también sucede al no tomar en cuenta funciones de patronazgos que no son soslayables y de influencia disidente en áreas diversas, sea éste entorno a contratos, activismo partidario, administración y emprendimientos económicos gubernamentales.

Sin embargo, la denotación del patronazgo usualmente es ignorada en medida de lo posible o está disfrazada de amistad, es considerada tras una segunda línea de análisis, no se ha podido eludir el terreno de tradiciones políticas históricamente constituidas.

4.2.1. La participación electoral 2012, y la ciudadanía

Para iniciar, cabe marcar el referente participativo en un escenario de media participación ciudadana, la baja credibilidad del instituto electoral tras percibirse fraudulentas las elecciones anteriores del 2006, el argumento de los partidos políticos es el mismo discurso cada elección y el abstencionismo no deja de ser un lastre, pues la gente no vota porque considera que siempre ganan los mismos; la guerra de información sale a flote, algunos medios argumentan trampas, otros pregonan abusos. Tras estos escenarios, las instituciones convocan a votar, la inquietud no radica en preguntarse, ¿por quién votaran?, si no en, ¿saldrán a votar?, así mismo, surge la cuestión ¿con qué autoridad ética o moral se le pide a la gente que vote, si la situación de compra de votos, las dádivas, la concertación del narcotráfico, son el secreto a voces, todos lo saben, pero muy pocos hacen algo o sólo se queda en un comentario demandante de justicia que se limita a las redes sociales?

La respuesta concreta tras la falta de confianza y transparencia hasta ahora sobre el abstencionismo y la indiferencia de los procesos electorales, recae en instituciones como la Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales (FEPADE) que aún tiene porosidades para consolidar una rendición de cuentas; el voto nulo también se ha transformado en un fenómeno que merece trabajarse aparte, pero no puede omitirse en este escenario de democracia estancada.

La pobreza, la austeridad educativa y los asistencialismos se entrelazan como tentativa estrategia para mantener la manipulación y dominio electoral. Cabe considerar una explicación sobre el incremento de participación construido a partir de tres efectos diferenciados: directos, indirectos y contingentes (Ávila, 2013:47-55). Las directas, surgen cuando la decisión de los votantes es influida por incentivos que prevén las reglas o el contexto. La actualización del padrón es un efecto directo que tiene un papel importante en la participación, en tanto hay más ciudadanos en posibilidades de votar, se esperaría que el número creciera; pero en el proceso de electoral del 2012 se identifican dos tipos de efectos: técnicos e institucionales.

Como efecto indirecto o efectos técnicos, se refieren a solicitudes de cambio de domicilio presentadas ante el Instituto Nacional Electoral (INE), puesto que el cambio de domicilio, en sí, no incrementa la participación, pero sí reduce los costos en que incurre el votante para acudir a las urnas; el segundo efecto indirecto es de carácter institucional, bajo el planteamiento de elección, –si son intermedias o presidenciales–, el ciclo electoral –si son locales y concurren con las

federales—, esto puede incluir un voto de arrastre o un voto flotante, resultando tener un peso explicativo importante en la participación y abstención electoral.

En tercera instancia, los efectos contingentes muestran el impacto de alguna variable estructural en el campo del elector, lo cual fortalece o debilita su decisión dependiendo de una tercera variable. Esta categoría ubica la percepción competitiva de la elección presidencial al inicio de las campañas, ejemplo de ello es la distancia entre votantes probables para los candidatos en primer y segundo lugar, es el escenario donde la poca probabilidad de que el resultado se modificara tras la intervención de Enrique Peña Nieto el 11 de mayo del 2012 en un foro de candidatos presidenciales en la Universidad Iberoamericana, éste modificó la percepción entorno al triunfo del candidato del PRI, como resultado del incidente, hay un incremento en movilizaciones de diversos sectores, algunos ya activos con demandas claras, que exigían la democratización de medios y mostraban su rechazo al candidato del Partido Revolucionario Institucional y a la cobertura de medios de comunicación tradicionales. En tal escena, la movilización, el aumento de cobertura mediática, la presencia en redes sociales digitales de demandas y acciones ciudadanas que participaban en diversos movimientos, alteró la balanza de pagos de ciudadanos y actores políticos, modificando la racionalidad del voto y generando efectos diferenciados.

Tuck (2008*cit. en* Ávila, 2015:50) argumenta que los actores pueden ser racionales al votar si es que consideran que al menos su voto pertenece al conjunto de votos con eficacia causal, aunque sepan que su voto individual no es el que hará la diferencia en el resultado. Brennan (2009 *cit. en* Ávila, 2015:50) sugiere que el argumento de Tuck se mantiene sólo con aquellos votantes que no

sólo desean un *buen* resultado electoral, sino que también desean ser casualmente responsables de él, pues, el costo de votar nunca es cero, pero si éste disminuye y, a su vez, aumenta la utilidad esperada de votar al considerar más probable que el voto individual será parte del conjunto con eficacia causal, es plausible pensar en que aumentaría la participación, al menos en algunos grupos (Ávila, 2015:50-51).

Es clara la intervención de instituciones y técnicas, éstas mantendrán un efecto constante partiendo del supuesto de que más ciudadanos estén en condiciones de votar y el costo del mismo reduzca, habrá mayor participación dado el plano coyuntural teniendo efectos diferenciados en un futuro. Brennan (2009 *cit. en* Ávila, 2015:50) sostiene esta afirmación, pues para evaluar a los votantes se requiere combatir una teoría normativa de cómo deberían comportarse y cómo de hecho se comportan.

4.3. Del populismo, tecnologías y dinero electrónico

Las campañas electorales previstas para julio del 2012 se caracterizaron por la implementación de nuevas tecnologías para la compra y coacción del voto por los partidos políticos, siendo la estrategia más controversial la del PRI, quien empleó compiladoras que ofrecían una serie de beneficios económicos y programas sociales que se harían efectivos una vez que el presidencial tomara posesión del cargo. A causa de este condicionamiento, cada vez más se acumularon quejas por incumplimiento en relación a estas tarjetas que prometían depósitos mensuales de 500 pesos como mínimo.

Para el PRD la tarjeta compiladora implementada por el PRI era una mala copia de aquella que Andrés Manuel López Obrador puso en funcionamiento cuando fue Jefe de Gobierno de la Ciudad de México, pese a que se apelara al pasado exitoso para beneficiar a los sectores más vulnerables de la población. Según Gonzales Schmal (*cit. por* García 2013:17), las tarjetas de beneficio, en su formato de tarjeta de débito, constituyen “una de las innovaciones más perversas que ha tenido el mecanismo de la compra de voto que antaño se realizaba en forma de pago directo cuando el lector salía a la casilla y que hoy se hace por anticipado, mediante la tarjeta monedero”. Este escenario enmarca un preámbulo neoinstitucionalista, pues la institución vista desde la política, *es para algo y en relación con algo*, de manera que inserta la diferenciación y congruencia en diferentes niveles, desde un orden superior con normas descendentes o el dominio interactivo de su periferia, pues la disparidad de su realidad (donde está dotado de mecanismos sancionadores en la formalidad) versus el imaginario de sus propósitos como institución o empresa (con prácticas informales al interior de un aparato desprovisto para penalizar desviaciones y arreglos existentes); sin embargo, hay organizaciones informales que pueden poner más resistencia, puesto que éstos presentan dilemas de acción colectiva más compleja y difícil de erradicar. En cuanto al concepto de *neoinstitucionalismo*, se complica, tras la existencia de teorías tradicionales que inciden en similitudes o diferencias de autores que modelan su propia teoría institucional.

Así pues, el neoinstitucionalismo ha insistido en que reglas y prácticas limitan la acción del sujeto, y con esto, se afirma que las reglas y las prácticas dan certeza a la acción de los sujetos. De esta manera, su estudio permite identificar e incluso predecir la probabilidad de un comportamiento sobre otro. (...) Este comportamiento y la volatilidad

que implica, nos permite conjeturar que, en México, cada vez es mayor el segmento de electores que vota por el candidato, más que por el partido que lo postula, pero, en aparente paradoja, también nos deja ver que existe un segmento de electores que define su voto por razones ideológicas, pues los votos a los que convienen la categoría de estratégicos aparecen asociados a *discursos* ideológicos (Morales Garza, Fernández García y Arias Arias, 2015:69-70).

Otras causas graves son prominentes fallos de funcionarios y actores políticos enquistados en el aparato estatal tras intereses de poder, un ejemplo son las prácticas lascivas al interior de la vida pública educativa, haciendo daño descomunal en la vida de millones de niños y jóvenes, tras el conflicto entre líderes del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE) ha dejado una de las afecciones más significativas, entre ellas el analfabetismo de población adulta, éste se ha mantenido sin cambios significativos, pese a que representan oportunidades de superación social y personal.

Por otra parte, Bobbio (2013:7-11) hace mención al papel bifurcado del Estado, un Estado “dual”, donde la co-presencia de un poder doble es significativa, por un lado, el Estado normativo se apega al imperio de la ley y, por otro, existe un Estado discrecional, mismo que puede operar fuera de la legalidad con base en un nuevo juicio de oportunidad, esta dualidad puede interpretarse como democrático y constitucional a su interior, pero imperativo hacia el exterior. Sin embargo, estas categorías de Estado se catalogan en aras de autocrático y democrático, estriba que el primero es un poder político puro (Estado Discrecional), mientras el segundo (Democrático) vive bajo el poder oculto, en cuanto a la semántica de “oculto” se apela a un tipo de gobierno visible e invisible, el primero es cuya atracción se lee en los periódicos o se estudia en libros de texto comunes, mientras que el segundo es una maquinaria oculta y afinada. En el caso del

gobierno invisible, la dinámica oculta consecuente del *clientelismo fino* en el contexto clientelar electoral, término acuñado a consideraciones de Miguel Trotta (2003:37) para referirse a las sucesivas redefiniciones del papel del Estado y las consecuentes puestas en práctica de los ajustes económicos, han promovido la gestión de políticas sociales desde criterios de descentralización, focalización y privatización de servicios tradicionalmente bajo la esfera pública estatal. Para muestra, fue la controversia e investigación publicada en el portal de internet *Aristegui Noticias*, titulado “Caso Monex: el recuento”.

Donde, representantes del PAN y PRD señalaron la presunta relación de Monex con una supuesta compra de votos a favor de la alianza Compromiso por México. El grupo comercial “Inizzio” y la importadora, comercializadora “Efra”, empresas de probable certeza inexistente forman parte de un entramado financiero mediante el cual, se canalizó dinero que apunta a la campaña del virtual ganador electoral para la presidencia (...) y candidato de la alianza Compromiso por México, Enrique Peña Nieto, mediante la utilización de tarjetas bancarias de la empresa “Sí vale”, propiedad del banco Monex (...) una investigación hecha por –Noticias MVS–, a partir de documentos presentados por la izquierda, agrupada en el Movimiento Progresista y Partido Acción Nacional; denuncian una red financiera utilizada para hacer llegar dinero a operadores del priismo entre delegados y representantes generales en los distritos electorales (Aristegui, 2012).

Estas tarjetas fueron entregadas por el PAN al INE en su denuncia por financiamiento ilícito y rebase de tope de campaña. Roberto Gil Zuarth, coordinador de campaña de la panista Josefina Vázquez Mota, presentó las tarjetas el 27 de junio de 2012, en uno de los debates que organizó cada miércoles Noticias MVS, en su programa de “Primera emisión”. Apenas tres días después, el mismo Gil Zuarth cuestionó en “Radio Fórmula” al coordinador de la campaña de Peña Nieto, Luis Videgaray, sobre la utilización de tarjetas bancarias a la cual el priista lo negó. Con estos elementos se buscó que se congelaran las

cuentas bancarias en Monex antes del 1 de julio, pero fracasó; autoridades electorales consideraron pruebas insuficientes para ello, el INE no inició investigación alguna, sin embargo, lograron ubicar 9 mil 924 tarjetas Monex recompensa (Sí Vale MasterCard), distribuidas por contrato con la empresa y una cuenta bancaria correspondiente por 70 millones 815 mil pesos (Aristegui, 2012).

CONCLUSIONES

Durante el periodo de la década de 1980, el clientelismo fue un recurso indispensable para la administración de recursos públicos, pues hubo una gran implementación de carácter público, generando una cultura de solidaridad real entre ciudadanos basada en los principios de carácter colectivo, la tergiversación y neoinstitucionalismo que se ha producido elección tras elección en las últimas décadas, la minimización del lazo político en aras neoliberales, ha transformado al ciudadano en un consumidor en cuanto a sus actitudes pragmáticas e instrumentales, sea por necesidad o por el hecho de poseer algo, soslayando su cultura política e incluso quizás ignore la misma, pero al mismo tiempo la carencia de plataformas políticas, partidos políticos erosionados y una articulación fragmentada relativamente democrática, fueron elementos del fenómeno apreciable en torno a las elecciones presidenciales en la Ciudad de México del 2012.

La búsqueda democrática se ha valido de un neoinstitucionalismo político, clientelismo, mediadores y politización de necesidades, una reproducción social basada en la simplicidad de una cultura política proveniente a corolario de actitudes ciudadanas, plataformas efímeras, multiplicidad de partidos políticos y, por ende, participación, representación, sistema político y lo que en conjunto representan el panorama colectivo.

Esta investigación planteó desenvolverse como un fenómeno con implícitas y diferentes perspectivas, pues el clientelismo político en México posee características propias que entrelazan diferentes esferas, forjando el paradigma dentro de la ciencia política.

En cuanto a la acción colectiva, postergar y diferir es una manera de evadir las responsabilidades presentes que implicarían un sacrificio, de tal manera que se van dejando tales responsabilidades para otras generaciones venideras atrás de la propia, pues reaccionar ante una decisión que se escucha impopular se refleja de manera dolorosa e innecesaria, obteniendo la acentuación pública para postergar el momento para una aplicación futura. Es más fácil aceptar un sacrificio futuro que un sacrificio inmediato; primero, porque el esfuerzo no se empieza inmediatamente; luego, porque el público, la masa, tiene la tendencia a esperar ingenuamente que todo irá “mejor mañana” y que el sacrificio podrá ser evitado; esto da más tiempo al pueblo para acostumbrarse a la idea del cambio y aceptar con resignación cuando llegue el momento.

El clientelismo para el caso mexicano es el contraste de relaciones asimétricas que se encuentran organizadas por espacios de articulación frente a la representación de líderes legítimos supeditados a las mismas necesidades, electos dentro del mismo grupo. Pero desde una política gestual sustentada en discursos, prácticas y símbolos que identifican al dominado con el dominador, en virtud de una tradición vinculada centralmente a la historia partidaria que prosigue con el ejercicio de prácticas de dominación y legitimación política tradicional de un clientelismo en puntero, pero bajo nuevas formas hoy institucionalizadas:

(...) no sólo debe profundizar en los términos de intercambio, del lugar que ocupa en la red clientelar el mediador, sino centralmente en el “como” o la manera que reviste esa práctica clientelar, porque esta “forma en que se otorga el beneficio” es la que construye identidades, lealtades y pertenencias que hacen del clientelismo un fenómeno de difícil ubicación y estudio, pues su ejercicio no termina en la asignación de un recurso o a la espera de votos, sino que implica la creación de valores y prácticas políticas que se sirven a la dominación política del poder hegemónico (Trotta, 2006:144).

Las implementaciones e innovaciones de mecanismos sofisticados pertenecientes a proyectos de resolución sobre problemáticas sociales, ha ido transformando la permuta de los ciudadanos-clientes en cada periodo electoral para mantener la cantera de votos, haciéndose más agresivas tras cada reproducción de tácticas pragmáticas ante generaciones nuevas, que aquellas sobre las cuales han ejercido prácticas utilitaristas tradicionales. Siendo el clientelismo el supuesto subyacente, apareciendo en ambientes de inseguridad política o económica, y cuando aumenta la presencia de la sociedad civil ampliando sus demandas o participando en juegos de interés.

El clientelismo puede ser una herramienta de construcción real al interior de las localidades ciudadanas, pues su mecanicidad mantiene una comunicación de necesidades reales entre autoridades y ciudadanos, de modo similar, crea puentes de horizontalidad, no estoy diciendo que estos no existan, pero sin una cultura política concreta, plataformas políticas, educación cívica, reconocimiento de valores, obligaciones y derechos como ciudadano, será más compleja y aletargada la transformación hacia una construcción social.

En el campo de las políticas públicas y políticas sociales el clientelismo mexicano ejerce sus mayores expresiones en zonas con mayor marginación educativa y socioeconómica, la carencia de una organización societal, organizacional-institucional e individual será persistente; sin embargo, éstas no serán superadas ni comprendidas sino en una relación dialéctica.

En cuanto a la percepción de la ciudadanía respectó a la ideología partidista, la falta de plataformas socio-políticas generan una falta de interés común y real para la comunidad, ésta se va reduciendo a grupos locales de interés particular.

La reproducción clientelar se plasma desde los niveles macro a micro y viceversa, estas prácticas tienen características de homogeneidad partidaria o no, con funcionalidad vertical y horizontal, donde la última mencionada será de mayor énfasis en una interpretación real de las necesidades locales y genera las demandas apropiadas que den satisfacción a la comunidad.

Tanto el *clientelismo tradicional* como el denominado *clientelismo grueso* o *clientelismo fino*, en palabras de Trotta, se percibe bajo ejes de: temporalidad, tipo de recursos y alcance espacial o territorial, en este caso de estudio los 3 ejes mencionados coinciden, pues desde el clientelismo tradicional (cara a cara), la interacción con miembros de “masas o grueso” (grupúsculos, un líder reconocido o representante local con una masa más organizada), hasta el “clientelismo fino”, que se da entre instituciones o empresas (privados con instituciones, como el escándalo entre Monex y el PRI, o las televisoras), estos mantienen un artificio de conexión que entrelazan los diferentes clientelismo (tradicional, de masa o grueso y fino) entre sí mismos, ejes que dan sentido a un fenómeno como fue el contexto electoral del 2012.

En contraste con la definición de corrupción

De manera general, existe una ambigüedad entre ciudadanos comunes al emplear los términos de clientelismo y corrupción, pues vinculan ambos términos confusamente cuando hay prácticas de soborno presentes, cuando realmente hay diferencias que separan ambas prácticas. La corrupción se concibe como el mal uso (gubernamental) del poder para conseguir una ventaja ilegítima, secreta y

privada; el término opuesto de corrupción: la opacidad, alude a la necesidad de transparencia como un acto que conforma legalidad y probidad.

Todos los tipos de gobierno son susceptibles a la corrupción política, las formas de ésta varían, pero las más comunes son el patrocinio, sobornos, extorciones, influencias, fraudes, malversación y nepotismo, generalmente es tema ligado a la burocracia y a ejecutores de justicia, como jueces, policía en materia de seguridad pública y aduanal, por mencionar algunos, sin soslayar prácticas ciudadanas que la fomentan y la hacen latente. En pocas palabras, la corrupción es un término que irrumpe en el sistema judicial y autoridades representantes, así mismo, se le atribuyen otros hechos propios del crimen organizado, como el tráfico de drogas, lavado de dinero y prostitución.

En definitiva, *el clientelismo no lleva a la corrupción, ni la corrupción lleva al clientelismo*, el malentendido social aparece cuando la ciudadanía encuentra estas prácticas por medio de un actor político, una institución o una sociedad que está ejecutando por un lado corrupción y por otro clientelismo, generando una perspectiva errada de correlación, pues una no está supeditada ni detona a la otra.

APENDICE

Prototipo y diseño

Para mantener la entrevista bajo control, se ha implementado una guía de preguntas en dos partes, una a manera de encuesta y otra a manera de preguntas abiertas (entrevista semiestructurada)²¹ como herramienta que sustente la interacción personal, simbiótico-simbólica que retroalimenta este proceso; pues he empleado la entrevista cualitativa como técnica indispensable, además de que ésta se caracteriza por prever el conocimiento sistemático sobre el mundo social, ubicar el plano de intenciones o símbolos que están muchas veces ocultos, he de ahí la iniciativa para implementar un anexo al final de este trabajo donde se encontraran algunos testimonios.

El prototipo de ésta encuesta/entrevista se compone de parámetros que señalen una limitación cualitativa, delimitando el contexto con relación a las preguntas a fin de determinar la atmósfera bajo la cual se recrea; es claro que apelar a las necesidades del sujeto social es intervenir en la esfera socioeconómica que determina las posiciones de mediadores de acuerdo a los alcances de cada situación.

En el primer bloque se muestran preguntas de carácter particular, como sus datos personales, escolaridad, ocupación, condiciones de vivienda y en torno a esta última, los residentes de la vivienda misma, pues este apartado aunque parezca no tener importancia implica cambios en las decisiones de ciudadanos,

²¹ Bajo un diseño semiestructurada en un planteamiento metodológico-técnico, implica una comprobación de modelos tanto de construcción como de verificación de la teoría dentro de una misma sesión o un aserie de sesiones, así mismo validar los diferentes recursos y fuentes empleados o complementos de la información (Valles, 2001: 44-46).

acorde a necesidades directas e indirectas que surgen a partir de personas dependientes de los mismos, tales como hijos y adultos mayores o condiciones de estado civil, como es en algunos casos sobre las madres solteras. Pues la práctica clientelar está sujeta a la condición económica, este apartado se desarrolló con la mayor sutileza posible, ya que está estructurado con la finalidad de perfilar el grado socioeconómico y de vida, pues hacerlo de forma directa sería despectivo y aberrante para el participante ser clasificarlo dentro de un referente de pobreza o clase social.

En otra sección se tiene en cuenta la cultura política con lo que está asociado, aunque en la mayoría de los casos rehúyen a este tipo de preguntas ante la falta de información de plataformas políticas o cultura política, e incluso algunos de los sujetos mediadores o clientes temen a ser criticados ante su inclinación por ciertos partidos políticos.

Otro apartado está dedicado a la situación o vínculo bajo el cual hizo validar el incentivo, qué recibió y qué requirió para recibir el mismo, que va desde solo promesas, hasta permutas con valor de uso, cambio y favores sociales. Un último apartado designa una serie de preguntas heterogéneas para conocer las características de la unidad de análisis, en perspectiva de su aplicación (individual vs grupal), su característica holística o de solo un acto.

A continuación, se presenta el instrumento de captación.

FECHA	/	/	
INSTRUMENTO DE CAPTACION		NO.	
1- DATOS PERSONALES			
NOMBRE			
EDAD			
SEXO	M	F	
ESTADO CIVIL	SOLTERO	<input type="checkbox"/> 1	CASADO <input type="checkbox"/> 3
	DIVORCIADO	<input type="checkbox"/> 2	UNION LIBRE <input type="checkbox"/> 4
	OTRO	<input type="checkbox"/> 5	
MUNICIPIO O DELEGACION			
LOCALIDAD			
2. ESCOLARIDAD.	<i>(marque solo una opción)</i>		
	¿HASTA QUE GRADO APROBO?		
NINGUNO	<input type="checkbox"/> 1	PREPARATORIA O BACHILLERATO	<input type="checkbox"/> 4
PRIMARIA	<input type="checkbox"/> 2	UNIVERSIDAD	<input type="checkbox"/> 5
SECUNDARIA	<input type="checkbox"/> 3	OTRO <i>(especifique)</i>	<input type="checkbox"/> 6
3. OCUPACION	<i>(marque una o más opciones)</i>		
DESEMPLEADO	<input type="checkbox"/> 1	PROFESIONISTA	<input type="checkbox"/> 4
ESTUDIANTE	<input type="checkbox"/> 2	EMPLEO INFORMAL	<input type="checkbox"/> 5
OBRAERO	<input type="checkbox"/> 3	COMERCIANTE	<input type="checkbox"/> 6
OTRO <i>(especifique)</i>	<input type="checkbox"/> 7		
4. CONDICIONES DE VIVIENDA			
RENTA	<input type="checkbox"/>	PROPIA	<input type="checkbox"/>
CASA INDEPENDIENTE			<input type="checkbox"/> 1
DEPTO. EN EDIFICIO			<input type="checkbox"/> 2
VIVIENDA EN CUARTO O VECINDAD			<input type="checkbox"/> 3
LOCAL NO CONSTRUIDO PARA HABITACION			<input type="checkbox"/> 4
VIVIENDA MOVIL			<input type="checkbox"/> 5
REFUGIO			<input type="checkbox"/> 6
4.1 CARACTERISTICAS DE LA VIVIENDA	<i>(marque más de una opción)</i>		
	¿TIENE LOS SIGUIENTES SERVICIOS?		
AGUA	<input type="checkbox"/>	RECOLECCION DE BASURA	<input type="checkbox"/>
LUZ	<input type="checkbox"/>	SEGURIDAD PUBLICA	<input type="checkbox"/>
DRENAGE	<input type="checkbox"/>	ALUMBRADO PUBLICO	<input type="checkbox"/>
TELEFONO	<input type="checkbox"/>	PAVIMENTACION	<input type="checkbox"/>
INTERNET	<input type="checkbox"/>	OTRA NO MENCIONADA	<input type="checkbox"/>
GAS NATURAL	<input type="checkbox"/>	<i>(menciónela)</i>	
5. RESIDENTES DE LA VIVIENDA			
	¿EL ENTREVISTADO VIVE CON?		
SOLO	<input type="checkbox"/> 1	FAMILIA <i>(solo su propio núcleo)</i>	<input type="checkbox"/> 4
PAREJA	<input type="checkbox"/> 2	FAMILIA AMPLIA	<input type="checkbox"/> 5
OTRO	<input type="checkbox"/> 3	<i>(Su núcleo y más, padres, tíos, etc.)</i>	
<i>(especifique)</i>			

¿TODAS LAS PERSONAS QUE VIVEN EN ESTA VIVIENDA COMPARTEN UN MISMO GASTO?

SI 1 NO 2
¿EN ESTA VIVIENDA TIENEN?

TELEVISOR	<input type="text"/>	COMPUTADORA	<input type="text"/>
REFRIGERADOR	<input type="text"/>	ESTUFA	<input type="text"/>
LAVADORA	<input type="text"/>	CONSOLA DE ENTRETENIMIENTO	<input type="text"/>

6. PREGUNTAS SOBRE PREFERENCIA E INCENTIVACION POLITICA ELECTORAL.

¿CUAL ES EL PARTIDO POLITICO DE SU PREFERENCIA?

PAN 1 PRI 3 PRD 5
PT 2 P. VERDE 4 MOV. CIU. 6
NUEVA ALIANZA 7

¿RECIBIO ALGUN INCENTIVO POR PARTE DE ALGUN PATIDO POLITICO?

(En caso de sí... ¿cuál?)

NO	<input type="text"/> 1	SI	<input type="text"/> 2	1-PRI	<input type="text"/>
4-PVE	<input type="text"/>	7-N.ALIANZA	<input type="text"/>	2-PAN	<input type="text"/>
5-PT	<input type="text"/>	8-OTRO	<input type="text"/>	3-PRD	<input type="text"/>
6-MC	<input type="text"/>				

6.1 ¿COMO SE ENTERO DEL INCENTIVO?

POR ALGUN REPRESENTANTE DE PARTIDO	<input type="text"/> 1
REPRESENTANTE CIUDADANO (jefe de manzana, coordinador de campaña, etc.)	<input type="text"/> 2
CONOCIDO	<input type="text"/> 3
OTRO (explique)	<input type="text"/> 4

6.2 BREVEMENTE MENCIONESE EL CONTEXTO DE COMO SE ENTERO DEL INCENTIVO

6.3 CARÁCTER DEL INCENTIVO.

EFFECTIVO	EL INCENTIVO FUE DE CARÁCTER	<input type="text"/> 1
BONO		<input type="text"/> 2
MONEDERO ELECTRONICO		<input type="text"/> 3
TARJETA DEDEBITO		<input type="text"/> 4
OBJETO PUBLICITARIO (objeto con el logo del Partido.)		<input type="text"/> 5
PROMESA DE CARÁCTER SOCIAL (seg.soc.educación, empleo, etc.)		<input type="text"/> 6
FAVOR DE CARÁCTER PERSONAL		<input type="text"/> 7
DESPENSA		<input type="text"/> 8
AGILIZACION DE ALGUN SERVICIO PUBLICO		<input type="text"/> 9
OTRO (especifique)		<input type="text"/> 10

(elija una opción)

EL INCENTIVO TENIA UN VALOR APROXIMADO O PREÍOMEDIO A :

1-entre \$50 y \$100 1 4-entre \$500 y \$1000 4
2-entre \$100 y \$300 2 5-entre \$1000y \$2000 5
3-entre \$300 y \$500 3 6-más de \$2000 6

¿QUE SE LE SOLICITO A CAMBIO DEL INCENTIVO?

(marque más de una si es necesario)

NADA	<input type="text"/>
CREDENCIAL DE ELECTOR	<input type="text"/> 2
COPIA DE IFE	<input type="text"/> 3

NUMERO DE IFE		4
FIRMAS		5
PARTICIPACION EN MARCHAS O DE CACATER MANISTACION		6
PARTICIPACION EN BRIGADAS ELECTORALES		7
DEJAR COLOCAR PUBLICIDAD EN SU CASA O PROPIEDAD		8
OTRO (<i>especifique</i>)		9

6.3 DE LA INFORMACION POR DIFERENTES MEDIOS

¿SE CONSIDERA RESPONSABLE E INFORMADO DE LOS OBJETIVOS POR PARTE DEL PARTIDO?

OPINION, INFORMACION ADICIONAL

El objeto de esta encuesta o entrevista sea el caso, tiene como fin la recolección de datos, para el trabajo recepcional en tema de "Clientelismo Político", a cargo de Rodrigo Reyes con matrícula 090040090 (UACM). Quedando sujetos a la LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN de DATOS PERSONALES EN POSESIÓN DE LOS PARTICULARES de tal manera que datos aquí plasmados, serán para uso exclusivo de dicha investigación.

Las preguntas abiertas sobre los incentivos se elaboraron bajo un juicio laxo, para que al momento de departir, los argumentos pudieran ser más específicos sobre las preguntas de acuerdo a su experiencia en el sesgo semántico, pues existe un abanico de percepción, tergiversación y confusión del término clientelismo con la esfera de corrupción o fraude; por lo tanto, las preguntas inciden en si hubo un artifice de por medio, un regalo por parte de partido político, cómo es que se enteró del mismo y quién fue el que lo produjo, en palabras de Peralta, "los ¿quiénes y los cómo?" (I.P., Cap. 1).

PREGUNTAS ABIERTAS DE LA ENTREVISTA

Preguntas generales de apertura (4)

1. ¿Por quién votaste o apoyaste durante las elecciones del 2012?
2. ¿Votaste por alguien diferente, de quien apoyaste o votaste durante las elecciones del 2012?
3. ¿Participaste en algún movimiento o marcha, y de ser así en cuál?
4. ¿Estás vinculado independiente de tus actividades a alguna facción partidista? De ser así, ¿a cuál y por qué?

Preguntas para ciudadanos (sólo clientes) (6)

5. ¿Recibiste algún objeto, recurso durante el proceso?
6. En caso de dinero electrónico (tarjeta de débito, tarjeta de regalo, o similar) ¿se te hará valido gane o no?
7. ¿Cuál es el mecanismo para hacer valido el recurso otorgado?
8. ¿El recurso se te hará valido gane o no el candidato?
9. ¿Te mencionaron de la procedencia de los recursos?*
10. ¿Qué inconvenientes subsana el incentivo que te dieron?*(salud, educación, comodidad, etcétera)

Preguntas para mediadores (sea el caso) (7)

11. ¿Cómo llegaste a la vinculación con la organización, partido o candidato?
12. ¿En la escala de jerarquías, cuál es tu posición dentro de la organización?
13. ¿Cómo consideras tu función o lo que haces y por qué?
14. ¿Cuánto tiempo llevas participando y que es lo más importante de hacerlo?
15. ¿Qué objetivos o ideales compartes con la organización o candidato?

(**)Aplican preguntas 9 y 10

Preguntas generales de cierre de entrevista (sea ciudadano o mediador) (2)

16. ¿Crees que el apoyo mediante esta práctica es necesario o consideras que hay otra forma de llevarlo a cabo?
17. ¿Quieres compartir algún comentario u opinión?

Estas últimas preguntas abiertas son una opción para darle plasticidad a esta investigación, los informantes orientan la investigación sobre su entendimiento en las experiencias o situaciones personales tal y como lo expresan en sus propias palabras, (anexo al final del trabajo); algunas de las preguntas ya han sido incluidas dentro de la misma encuesta, sin embargo, la objetividad de repetir algunas pregunta, es de reiterar su conocimiento pues suelen omitir detalles o simplemente están distraídos en sus propias respuestas, pues será más efectivo descubrir y comprender las indicaciones culturales que ha adquirido durante la atmosfera de preguntas previas acerca del tema.

Universo de trabajo. ¿Quiénes? y ¿por qué?

Dentro del universo de trabajo se buscaron 30 ciudadanos practicantes en proceso electoral del 2012, que hubiesen intervenido o implicado en dicho escenario de manera tal, extraer su testimonio y mecanicidad participativa, con la finalidad de determinar un sesgo conmensurable cualitativamente en perfil del ciudadano promedio mexicano; pareciera ser un tema de próxima obviedad para saber quiénes son los implicados en una maquinaria clientelar, sin embargo, durante la recolección de datos, surgieron algunos obstáculos en el ánimo de algunos participantes respecto al tema, pues la mayoría se ha vuelto parte de un “síndrome de *hubris* colectivo”(Chávez, 2013), reduciendo el tema a información incompleta, sin profundizar a lo que comúnmente se pretende o conoce.

La muestra de sujetos, provienen de delegaciones como: Tlalpan, Coyoacán, Gustavo A. Madero, Iztapalapa, Miguel Hidalgo, Benito Juárez y solo verbales de Xochimilco, Azcapotzalco y Tláhuac.

Tabulación. Presentación de resultados

La presente tabla contiene resultados de campo en forma organizada, misma que ayuda a justificar propósitos de investigación, conclusiones y sostener pertinentes deducciones del clientelismo mexicano.

RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS

- Agamben, Giorgio (2015). *¿Qué es un dispositivo?*, Anagrama, Barcelona.
- Almond, Gabriel y Genco, Stephen (1999). "Nubes, relojes y el estudio de la política" en Almond, Gabriel. *Una disciplina segmentada. Escuelas y corrientes en las ciencias políticas*, Fondo de Cultura Económica, México, pp. 63-105.
- Ander Egg, Ezequiel (1979). *Introducción a las técnicas de investigación social*, 8ª ed., Humanistas, Buenos Aires.
- Anderson, Christopher J. (2006). "The Interaction of Structures and Voter Behavior" en Dalton, Russell, J. y Klingemann, Hans-Dieter. *The Oxford Handbook of Political Behavior*, Oxford University Press, Oxford.
- Arce, Martha E. et al. (1998). "La entrevista y el cuestionario" en Garza Toledo, Enrique de la (coord.). *Hacia una metodología de la reconstrucción. Fundamentos, críticas y alternativas a la metodología y técnicas de la investigación social*, Universidad Nacional Autónoma de México / Porrúa, México, pp. 99-108.
- Auyero, Javier (1997). *¿Favores por votos?: estudios sobre clientelismo político contemporáneo*, Losada, Buenos Aires.
- Ávila Eggleton, Marcela (2015). "Discutiendo la paradoja de votar. Participación electoral en México" en Morales Garza, Gloria y Fernández García, Alberto (coords). *La elección presidencial de México, 2012. Miradas divergentes*, Fontamara / Universidad Autónoma de Querétaro, México, pp. 47-55.
- Bartollini, Stefano (1995). "Metodología de la investigación política" en Pasquino, Gianfranco (comp.). *Manual de ciencia política*, Alianza, Madrid, pp. 39-78.

- Bobbio, Norberto (2013). *Democracia y Secreto*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Bourdieu, Pierre (1997). *Razones prácticas sobre la teoría de la acción*, Anagrama, Barcelona.
- Calderón Colín, José Rafael (2012). *Alcances y Limitaciones de Progresar-Oportunidades en la Ruptura de la Pobreza Intergeneracional. Propuesta de Modelo Integral de Evaluación* (tesis), As. Dra. Alicia Ziccardi, Centro de Estudios Sociológicos – Facultad de Ciencias Políticas y Sociales – Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Cansino, Cesar (2012). *Democratización y Liberalización*, Instituto Federal Electoral, México (Col. Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, 14).
- Cortés, Fernando (2000, agosto). “Algunos aspectos de la controversia entre investigación cualitativa e investigación cuantitativa” en *Argumentos. Estudios críticos de la sociedad*, Núm. 36, Universidad Autónoma Metropolitana -Xochimilco, México, pp. 81-108.
- Del Castillo, Arturo (2001). *Ambigüedad y decisión: una revisión a la teoría de las anarquías organizadas*, Centro de Investigación y Docencia Económicas, México (Col. Documentos de Trabajo del CIDE, 36).
- Didriksson, Axel (2011, 10 de julio). “La involución educativa” en *Proceso*, Núm. 1810, Comunicación e Información, SA de CV., México, pp. 60-61.
- Durston, John; Duhart, Daniel; Miranda, Franciscay Monzó, Evelyn (2005). *Comunidades campesinas, agencias públicas y clientelismos políticos en*

- Chile, LOM / Grupo de Investigaciones Agrarias – Universidad Academia de Humanismo Cristiano, Santiago de Chile.
- Dussel, Enrique (2006). *20 tesis de política*, Siglo XXI / Centro de Cooperación Regional para la Educación de Adultos en América Latina y El Caribe, México (Col. Sociología y Política).
- Elster, Jon (1996). *Tuercas y tornillos. Una introducción a los conceptos básicos de las ciencias sociales*, Gedisa, España.
- Escalante Gonzalbo Pablo, García Martínez Bernardo, Jáuregui Luís, Zoraida Vázquez Josefina, Speckman Guerra Elisa, Javier Garcíadlegoy Luis Aboites Aguilar (2004). *Nueva Historia Mínima de México*, El Colegio de México / Secretaría de Educación Pública, México.
- Espinoza Toledo, Ricardo (2012). *Sistema parlamentario, presidencial y semipresidencial*, Instituto Federal Electoral, México (Col. Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, 20).
- Ferris J. Ritchey, (2008), *Estadística para las ciencias sociales*, McGraw Hill, México.
- Feyerabend, Paul (1986). *Tratado contra el método. Esquema de una teoría anarquista del conocimiento*, Tecnos, Madrid.
- Flores, Víctor y Mariña, Abelardo (1999). *Crítica a la Globalidad. Dominación y liberación en nuestro tiempo*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Gargarella, Roberto (1995). “Marxismo analítico, el marxismo claro” en *Doxa. Cuadernos de Filosofía del Derecho*, Núm. 17-18, Universidad de Alicante, Alicante, pp. 231-255. Disponible en

file:///C:/Users/CPLANTEL/Downloads/marxismo-analtico-el-marxismo-claro-0.pdf

Geertz, Clifford (1994). *Conocimiento local: Ensayos sobre la interpretación de las culturas*, Paidós, Barcelona.

Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar (2010). *Metodología de la investigación*, 5ª ed., MC Graw-Hill, Perú.

Ibarra, Pedro (2005). *Manual de sociedad civil y movimientos sociales*, Síntesis, España.

King, Gary; Keohane, Robert O. y Verba, Sidney (2000). "La inferencia descriptiva" en *El diseño de la investigación social. La inferencia científica en los estudios cualitativos*, Alianza Editorial, Madrid, pp. 45-85.

López Galván, Ángel (2014). "Claroscuros de la reforma político-electoral en México y su impacto en la democracia" en *Décimo Quinto Certamen de Ensayo Político*, Comisión Estatal Electoral de Nuevo León, Monterrey, pp. 83-102.

López Romo, Heriberto (1998). "La metodología de la encuesta" en Galindo Cáceres, Jesús (coord.). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*, Addison Wesley Longman, México, pp. 33-74.

López Salazar, María de Jesús (2014). *La Nueva Estrategia de Políticas Públicas del Partido Acción Nacional: Estudio de caso sobre la implementación del Programa de Desarrollo Humano Oportunidades, Delegación Tláhuac, Col. Miguel Hidalgo - Pueblo de Santiago Zapotitlán. 2000-2014* (tesis), Dir^a. Dra. Nivia Marina Brismat Delgado, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México.

- Morales Garza, Martha Gloria; Fernández García, Luis Alberto y Arias, Coral (2015). "Las elecciones presidenciales del 2012: escenarios extraños y democracia en entredicho" en Morales Garza, Martha Gloria y Fernández García, Luis Alberto (coords.). *La elección presidencial de México, 2012. Miradas divergentes*, Fontamara / UAQ, México, pp. 61-81.
- Morlet Corti, Yazmín (2013). "Las campañas del PRI por el Gobierno del Distrito Federal" en García Calderón, Carola (coord.). *República de telenovela. Medios, campañas y elección 2012*, SICI / Comunicación Política, México, pp. 155-171.
- North, Douglass C. (1990). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Peralta, María Inés (2006). *Las estrategias del clientelismo "social"*, Espacio, Buenos Aires.
- Peschard, Jacqueline (2012). *La Cultura Política Democrática*, Instituto Federal Electoral, México (Col. Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, 2).
- Popper, Karl (1991). *Conjeturas y refutaciones*, Paidós, España.
- Rapoport, Anatol (1992). "Algunos enfoques sistémicos de la teoría política" en Easton, David (comp.). *Enfoques sobre teoría política*, Amorrortu, Buenos Aires, pp. 197-215.
- Rodríguez García, Arturo (2011, 10 de julio). "Populismo en plástico" en *Proceso*, Núm. 1810, Comunicación e Información, SA de CV., México, pp.16-17.
- Rojas Soriano, Raúl (2013). *Guía para realizar investigaciones sociales*, 38ª ed., Plaza y Valdés, México.

- Roszak, Theodore (1990). *El culto a la información. El folclore de los ordenadores y el verdadero arte de pensar*, Grijalbo / Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.
- Selltiz, Claire *et al.* (1968). "Selección y formulación del problema de investigación" en *Métodos de investigación en las relaciones sociales*, RIALP, Madrid, pp. 80-131.
- [Souza María Cecilia] Humberto Ñaupas, Elías Mejía Mejía, y Eliana Novoa, (2014) *Metodología de la investigación cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis*, 4a. Edición, Ediciones de la U, Colombia.
- Sweezy, Paul M. (1975). "El método de Marx" en *El capital, teoría, estructura y método*, Cultura Popular, México, pp. 14-25.
- Tenzer, Nicolás (1991). *La sociedad despolitizada. Ensayo sobre los fundamentos de la política*, Paidós, Buenos Aires.
- Torres, Pablo José (2008). *De políticos, punteros y clientes. Reflexiones sobre el clientelismo político*, Espacio, Buenos Aires.
- Trotta, Miguel. E.V. (2003). *Las metamorfosis el clientelismo político. Contribución para el análisis institucional*, Espacio, Buenos Aires.
- Valdés Zurita, Leonardo (2015). "Dimensiones y desafíos de la elección más grande de nuestra historia. Una visión desde la presidencia del IFE" en Morales Garza, Martha Gloria y Fernández García, Luis Alberto (coords). *La elección presidencial de México, 2012. Miradas divergentes*, Fontamara / UAQ, México, pp. 11-37.
- Valles, Miguel S. (2002). *Entrevistas cualitativas*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid (Col. Cuadernos Metodológicos, 32).

Vela Peón, Fortino (2001). “Un acto metodológico básico de la investigación social: la entrevista cualitativa” en Tarrés, María Luisa (coord.). *Observar, escuchar y comprender. Sobre la tradición cualitativa en la investigación social*, El Colegio de México / Miguel Ángel Porrúa, México, pp. 63-95.

Villamil, Jenaro (2012, 27 de mayo). “Peñistas clave, sospechosos de malos manejos financieros” en *Proceso*, Núm. 1856, Comunicación e Información, SA de CV., México, pp.24-27.

Weber, Max (1979). *El político y el científico*, Alianza, Madrid (Col. El Libro de Bolsillo).

Zorrilla Arena, Santiago (1996). *Introducción a la metodología de la investigación*, 15ªed., Cal y Arena, México.

RECURSOS DIGITALES

Aristegui Noticias (2012, 16 de julio). “Caso Monex: el recuento “en Aristegui Noticias (página Web), Aristegui Noticias Network, México. Disponible en: <http://aristeguinoicias.com/1607/post-elecciones/caso-monex-el-recuento/>
Consultada el 25 de octubre del 2018.

Chávez, Valeria (2013,23 de agosto). “Síndrome de Hubris, la enfermedad de los que creen saberlo todo” en *INFOBAE. Diario digital* (página Web), Editor TXH Medios S. A, Argentina. Disponible en:<http://www.infobae.com/2013/08/23/1503877-sindrome-hubris-la-enfermedad-los-que-creen-saberlo-todo/> Consultada el 25 de octubre del 2018.

Chomsky Noam, (2012,12 enero). “Las diez estrategias de manipulación mediática” en *Scribd*. Selección de libros, artículos y documentos (página web). Disponible en <https://es.scribd.com/document/77967649/Las-diez-estrategias-de-manipulacion-mediatica-Autor-Noam-Chomsky>

Confederación Nacional de Organizaciones Populares (2018). *Bienvenidos a la página de la CNOP* (página Web), Confederación Nacional de Organizaciones Populares, México. Disponible en http://cnopsancristobal.infored.mx/643677_Historia-de-la-CNOP.html
Consultada el 17 de abril de 2006.

Instituto Electoral del Distrito Federal (2012). “Estadística de los resultados 2012. Resultados. Jefes Delegacionales. Entidad” en *Elecciones DF. IEDF* (página Web), Instituto Electoral del Distrito Federal, México. Disponible en <http://secure.iedf.org.mx/resultados2012/resultados.php?te=2&ambito=1>
Consultada el 24 de octubre de 2018.

O'Donnell, Guillermo (1996, julio-agosto). “Ilusiones sobre la consolidación” en *Nueva Sociedad. Democracia y política en América Latina*, Núm. 144, Fundación Friedrich Ebert, Buenos Aires, pp. 70-89. Disponible en http://nuso.org/media/articles/downloads/2516_1.pdf

Pineda Cachero, Antonio (2002, febrero). “El modelo de propaganda de Noam Chomsky: medios mainstream y control del pensamiento “en *Revista Latina de Comunicación Social*, Núm. 47, Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social, España. Disponible en:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina47febrero/4704pineda.htm>

Ramos Chagoya, Ena (2008, 1 de julio). "Métodos y técnicas de investigación" en *Gestiopolis.com* (página Web), WebProfit Ltda., Bogotá. Disponible en <https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion> Consultada el 24 de octubre de 2018.

Romero, Jorge Javier (2014). "Breve historia del clientelismo" en *Milenio* (periódico en línea), Grupo Milenio, México. Disponible en http://www.milenio.com/tribunamilenio/prosperara_prospera/Jorge_Javier_Romero-prospera-clientelismo-Coneval-Pronasol_13_368493150.html Consultada 24 de octubre de 2018.

Real Academia Española (2018). *Diccionario de la Lengua Española*, Real Academia Española, España. Disponible en <http://dle.rae.es/?w=diccionario> Consultada el 24 de octubre de 2018.

Universidad de Alicante (n. d.). *Estilo Chicago*, Universidad de Alicante, España. Disponible en <https://web.ua.es/es/eurle/documentos/trabajo-de-fin-de-grado/estilo-chicago.pdf>

Villamil, Jenaro (2012, febrero 21), "Guerra de encuestas para el 2012", en *Proceso.com*, (página web), Comunicación e información S.A. de C.V. México. Disponible en: <http://www.proceso.com.mx/299002/guerra-de-encuestas-para-el-2012>. Consultada el 25 de octubre del 2018.

GLOSARIO

- **Institución política:** Las instituciones políticas se describen como quienes regulan y vigilan normas de conducta y costumbres consideradas importantes para una sociedad, como las particulares organizaciones formales de gobierno y servicio público.
- **Liberalismo económico:** El liberalismo económico fue inicialmente formulado por Adam Smith en su libro Causas y consecuencias de la riqueza de las naciones (1776), donde sostiene que las relaciones comerciales deben hacerse en un marco de libertad e igualdad de condiciones, de modo que sean las propias fuerzas del mercado y las dinámicas propias del juego de la oferta y la demanda las que regulen y equilibren la economía. En este escenario, el papel del Estado se reduciría, pues, a la defensa de la libertad de la actividad económica.

Para Smith, en libertad, la conducta humana llevaría naturalmente al hombre a buscar su propio beneficio, y, en ese proceso, motorizaría el proceso productivo de la nación, el cual debería conducir a la riqueza y el progreso y, por lo tanto, al bien común de toda la sociedad.

En este sentido, algunos de los principios fundamentales del liberalismo económico son la libertad de acción, la defensa de la iniciativa privada como forma de progreso, el rechazo a la injerencia estatal en materia económica, y la idea del trabajo como fuente de riqueza.

- **Metodología:** es un vocablo generado a partir de tres palabras de origen griego: metà (“más allá”), odòs (“camino”) y logos (“estudio”). El concepto

hace referencia al plan de investigación que permite cumplir ciertos objetivos en el marco de una ciencia. Cabe resaltar que la metodología también puede ser aplicada en el ámbito artístico, cuando se lleva a cabo una observación rigurosa. Por lo tanto, puede entenderse a la metodología como el conjunto de procedimientos que determinan una investigación de tipo científico o marcan el rumbo de una exposición doctrinal.

- **Neoinstitucionalismo:** es una teoría enfocada en el estudio sociológico de las instituciones, entendidas como los espacios donde los diferentes actores sociales desenvuelven sus prácticas.
- **Partido político:** Los 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 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.
- **Poder político:** El poder puede ser detentado ilegalmente– u obtenido – legalmente– gracias a la fuerza o la violencia, pues el origen de cualquier poder es la violencia. Según Max Weber (1979:83): “Estado es aquella comunidad humana que, dentro de un determinado territorio (el «territorio» es elemento distintivo), reclama (con éxito) para sí el monopolio de la *violencia física legítima*”.

- **Tema de estudio:** objeto teórico, metodológico o empírico eje de reflexión sobre el cual se construyen los argumentos centrales de la tesis o trabajo recepcional.²²
- **Trabajo recepcional:** Instrumento en donde el estudiante demuestra que posee los conocimientos, habilidades, aptitudes y destrezas necesarias para su práctica profesional, ya sea teóricamente, metodológicamente, en el ámbito aplicado, en el ámbito artístico, tecnológico, educativo o de innovación.²³

TESAURO

- Anomia: Estado de desorganización social o aislamiento del individuo como consecuencia de la falta o la incongruencia de las normas sociales.
- Asido: agarrado, aferrado, sujeto, sujetado, aprehendido, apresado, enganchado, detenido.
- Asir: tomar, agarrar, coger, sujetar, atrapar, prender, empuñar, aprisionar, atenazar, apresar.
- Caterva: multitud, muchedumbre, abundancia, infinidad, sinnúmero, fárrago, tropel, montón, revoltijo. En el plano de la investigación, la palabra es extraída en contexto de una sociedad o grupo mal organizado.
- Concomitante: aparece o actúa conjuntamente con otra cosa.
- Conmensurable: Que puede ser medido o valorado.

²² Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Tercer Consejo Universitario, 2014.

²³ *Ídem.*

- **Constructivismo:** la realidad es una construcción hasta cierto punto «inventada» por quien la observa; se podrá llegar a conocer la realidad tal como es pues siempre, al conocer algo, ordenamos los datos obtenidos de la realidad (aunque sean percepciones básicas) en un marco teórico o mental. De tal modo, ese objeto o realidad que entendemos “literal” no es tal, no tenemos un “reflejo especular” de lo que está “ahí afuera de nosotros”, sino algo que hemos “construido” con base en nuestras percepciones y datos empíricos.²⁴
- **Cosificar:** Considerar a una persona como una cosa.
- **Cribas:** Selección o elección de lo que interesa.
- **Departir:** dialogar, conversar.
- **Diádica:** es el término registrado por el sociólogo alemán Georg Simmel (1858-1918), en su investigación sobre la dinámica de los grupos sociales pequeños, para referirse a los grupos sociales compuestos por dos personas. Los matrimonios, las relaciones de pareja o las amistades íntimas son grupos de este tipo.
- **Dialéctica:** puede definirse la dialéctica como el discurso en el que se contrapone una determinada concepción o tradición, entendida como tesis,

²⁴ Constructivismo político, en principios de la justicia política son consecuencia de un procedimiento de construcción en el que las personas racionales (o sus representantes), sujetas a condiciones razonables, adoptan los principios que regulan la estructura básica de la sociedad. El constructivismo forma parte del liberalismo político, ocupándose de lo concerniente a lo político. Es a su vez, un punto de vista en cuanto a la estructura y contenido de una concepción política. Indica en cuanto se logra el equilibrio reflexivo, que los principios de la justicia política (el contenido) puedan presentarse como el resultado de cierto procedimiento de construcción. El constructivismo político de Rawls, supone que puede haber acuerdos políticos al margen de valores morales extensos, al interior de los individuos. Tanto el pluralismo razonable y la necesidad de tener una sociedad democrática para asegurar la posibilidad de un consenso traslapado acerca de sus valores políticos fundamentales forman parte del significado del constructivismo político.

y la muestra de los problemas y contradicciones, entendida como antítesis. De esta confrontación surge, en un tercer momento llamado síntesis, una resolución o una nueva comprensión del problema. Este esquema general puede concretarse como la contraposición entre concepto y cosa en la teoría del conocimiento, a contraposición entre diferentes participantes en una discusión y a contraposiciones reales en la naturaleza o en la sociedad, entre otras.

- Dilucidación: Aclarar y explicar un asunto, ponerlo en claro.
- Disidente: Que diside, que se muestra contrario a determinada opinión, creencia, doctrina u organización.
- Estadio: etapa o fase de un proceso, desarrollo o transformación.
- Estribar: descansar el peso de una cosa en otra sólida y firme.
- Eximente: conjunto de lo que está en torno a alguien; el mundo en cuanto mundo de alguien.
- Fenomenología: cuerpo de conocimiento que relaciona entre sí distintas observaciones empíricas de fenómenos, de forma consistente con la teoría fundamental, pero que no se deriva directamente de la misma.
- Hibris: empleado para referirse a las personas que creen saber del tema por el hecho de que están en contacto constante con él; ejemplo de ello es la política y la religión.²⁵

²⁵ La *hybris* o *hubris* es un concepto griego que puede traducirse como 'desmesura' y que en la actualidad alude a un orgullo o confianza en sí mismo muy exagerada, especialmente cuando se ostenta poder. La concepción de la hibris como falta determina la moral griega como una moral de la medida, la moderación y la sobriedad, obedeciendo al proverbio *pan metron*, que significa literalmente 'la medida en todas las cosas', o mejor aún 'nunca demasiado' o 'siempre bastante'.

- Síndrome de *hibris* colectivo: Es tan común que todos creen saber del tema; *hibris* (en griego antiguo ἕβρις *hýbris*) es un concepto griego que puede traducirse como 'desmesura'. Las consecuencias negativas modernas de las acciones provocadas por la *hibris* parecen estar asociadas a una falta de conocimiento, interés y estudio de la historia, combinada con un exceso de confianza y una carencia de humildad (v. Chávez, 2013).
- Holístico: Del todo o relativo a él.
- Posmoderno y posmodernización, los términos se refieren al proceso cultural observado en muchos países en las últimas dos décadas, identificado a principios de los años setenta. Esta otra acepción de la palabra se explica bajo el término posmaterialismo. Las diferentes corrientes del movimiento posmoderno aparecieron durante la segunda mitad del siglo XX. Aunque se aplica a corrientes muy diversas, todas ellas comparten la idea de que el proyecto modernista fracasó en su intento de renovación radical de las formas tradicionales del arte y la cultura, el pensamiento y la vida social.
- Interjección: Expresión exclamativa que sintácticamente funciona como una oración completa y que se emplea para manifestar estados de ánimo o para atraer la atención.
- Inasequible: Que no es asequible, muy difícil de conseguir:
- Inherente: Que por su naturaleza está inseparablemente unido a algo
- Intrínseco: adjetivo de característico, esencial.
- Loar: Elogiar, celebrar con palabras.
- Óbice: estorbo, impedimento, inconveniente, obstáculo, dificultad, rémora.

- Malquistado: enemistar, indisponer, encizañar, malmeter.
- Naturalismo: Es un sistema filosófico y de creencias que sostiene que no hay nada más que naturaleza, fuerzas y causas del tipo de las estudiadas por las ciencias naturales; estas existen para poder comprender nuestro entorno físico.²⁶
- Pertrechar: Disponer o preparar lo necesario para la ejecución de una cosa.
- Probidad: Moralidad, integridad y honradez en las acciones.
- Reseros: Arreador de reses destinadas al consumo (uso analógico en el contexto)
- Supeditado: Subordinar, condicionar una cosa al cumplimiento de otra.
- Ubérrimo: Que es muy abundante o fértil.
- Vicisitud: Circunstancia cambiante.

²⁶ Algunas formas de naturalismo excluyen decididamente todo tipo de mecanicismo, como es el caso del materialismo dialéctico marxista, que puede englobarse también dentro del naturalismo, que la realidad no está regulada por leyes mecánicas sino por la tríada hegeliana de la tesis, antítesis y síntesis; las tesis soteriológicas revisten excepcional importancia como se pone de relieve en todo pensamiento religioso o de corte platónico, en el naturalismo el hombre es un ser plenamente radicado en sí mismo y que en sí mismo adquiere todo su sentido (Swezy, 1975).