



**Casa abierta al tiempo**

**UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA IZTAPALAPA**

**DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES**

**DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA**

**LICENCIATURA EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL**

***Clientelismo como sistema de intercambio en la Ciudad de Mexico***

Trabajo terminal

que para acreditar las unidades de enseñanza aprendizaje de

*Trabajo de Investigación Etnográfica y Análisis Explicativo III o Análisis Interpretativo III*

y obtener el título de

LICENCIADO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

presenta

**Adriana Angelica Valerio Martinez**

Matrícula No. 2123011872

Comité de Investigación:

Director: Dr. Hector Tejera Gaona

Asesores: Dr. Emanuel Rodriguez Dominguez

Mtro. Jose Gonzalez Rodrigo

Ciudad de México

Julio 2019

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero agradecer a mis padres, **Andrés y Josefina** por su apoyo para cumplir mis objetivos.

A mi hermana **Alejandra** por sus consejos sobre mi investigación y por todo lo que hemos vivido juntas, mi hermano **Jorge** y sobrinos **Camila y Gian**, por siempre estar conmigo.

En especial a mi hija **Daniela**, eres mi mayor orgullo y mi gran motivación, me impulsas a superarme. Ser mamá no es fácil, eso lo sé, pero tal vez si no te tuviera, no habría logrado terminar este trabajo, y seguramente mi vida sería un desastre sin ti. Posiblemente en este momento no puedas entender mis palabras, pero para cuando seas capaz, quiero que te des cuenta lo que significas para mí **TE AMO HIJA**.

A mis compañeros de seminario por sus comentarios para fortalecer mi investigación en especial a **Claudia, Diana**, mención aparte a **Miguel Ángel** además de ser mi compañero en seminario, me demostraste que eres un gran amigo durante todo este tiempo en la Universidad y espero así siga siendo.

Al **Dr. Héctor Tejera Gaona**, por el apoyo brindado durante la investigación, ya que gracias a su ayuda, comentarios y observaciones, este trabajo fue posible, también al **Dr. Emanuel Rodríguez**, ya que gracias a sus comentarios ayudaron a mejorar y enriquecer este trabajo.

De igual manera a todos mis informantes de **Unión de Lucha vecinal del Valle de Anáhuac** por haberme ayudado a esta investigación, sin ellos no hubiera sido posible este trabajo.

**A todos GRACIAS!!!!**

## **INDICE**

### **Introducción**

## **CAPITULO 1 CLIENTELISMO POLITICO**

### **1.1 Introducción**

### **1.2 Enfoques y concepciones del clientelismo**

#### **1.2.1 Posturas Históricas**

#### **1.2.2 Clientelismo como concepto**

## **CAPITULO 2 RELACION CLIENTELAR**

### **2.1 Tipos y formas de relación clientelar**

### **2.2 Relación Patrón- Intermediario- Cliente**

### **2.3 Papel del Intermediario Político**

## **CAPITULO 3 UNION DE LUCHA VECINAL DEL VALLE DE ANAHUAC**

### **3.1 Organización Civil**

### **3.2 Vivienda**

### **3.3 Partidos Políticos**

### **3.4 Propuestas de Unión de Lucha Vecinal del Valle de Anáhuac**

## **CONCLUSIONES**

## **BIBLIOGRAFIA**

## INTRODUCCION

El estudio de la cultura de la política ha permitido entender la forma de ser del hombre en la política, de relacionarse con ella y entender cómo se presentan estas relaciones en contextos específicos. La cultura política es una matriz consciente e inconsciente, que da significación a las creencias y comportamiento político (Varela, 2005 en Castro, 2008), la cultura política es un conjunto de signos y símbolos que afectan a la estructura de poder (Castro, 2008).

El estudio de las relaciones político – sociales en la Ciudad de México han adquirido gran relevancia desde las primeras elecciones en la Ciudad de México (1997), ya que ha permitido, en particular a la antropología social, observar los procesos políticos de manera práctica a partir del trabajo de campo, queriendo aportar una manera distinta de entender cómo se presentan estas relaciones, como los ciudadanos piensan, actúan y producen y reproducen las relaciones político- sociales.

El contexto actual de la Ciudad de México ha ido incrementando una gran desconfianza de la ciudadanía hacia el sistema político, lo cual ha provocado que la forma de relacionarse de los partidos políticos sea a partir de nuevas estrategias que van desde los discursos sobre propuestas de resolución a demandas de carácter primario (seguridad, empleo, etc.) hasta ataques hacia los distintos candidatos.

Estas estrategias permiten poder analizar las formas en que se presenta la negociación política entre ciudadanos y partidos políticos.

El presente trabajo surge de un interés inicial por comprender las prácticas políticas y la estructura política no formalizada dentro de la Ciudad de México.

Entendiendo estructura política formal, como la forma en que se establecen las relaciones políticas, mismas que definen la manera de ejercer el poder en la sociedad, por lo tanto cuando digo estructura política no formalizada me refiero a que son acuerdos o negociaciones no regulados por mecanismos legales, a veces siendo más sobrentendidos que explícitos.

A partir de dicho interés se planteó este análisis, el cual está enfocado a enriquecer el estudio de las relaciones entre gobernantes y gobernados desde el enfoque de la política clientelar, razón por la cual centro la atención en este tipo de relación.

Este estudio se centra en el Clientelismo así como, en las figuras que componen la relación clientelar, que son Patrón, Intermediario y Cliente, dentro de una organización civil.

Las organizaciones civiles han resultado un tema de interés ya que en los últimos años han adquirido características que anteriormente no se tenían, la estructura política en la Ciudad de México y las formas de participación ciudadana han ido modificando las reglas del juego en el campo político.

De esta manera las organizaciones civiles ya no se presentan únicamente como una forma de participación ciudadana donde los ciudadanos se integran para incidir en las decisiones del gobierno.

El papel que están jugando las organizaciones civiles, es de servir como generadores de relaciones clientelares entre el sistema político y los ciudadanos.

Si bien las organizaciones civiles pueden ser consideradas un espacio donde se ayuda al ciudadano a influir dentro de las decisiones de gobierno o a atender por medio de este una demanda, también se va estableciendo una relación de “favores por favores”.

El impacto que están teniendo en el sistema político de la Ciudad de México, es de servir como espacios donde se puedan generar relaciones clientelares, para después entrar en acción en los procesos políticos.

Este trabajo está dividido en tres capítulos: en el primero se presenta las consideraciones teóricas que nos ayudaran a entender la práctica política social que se siguió durante el trabajo de campo, estableciendo el concepto de clientelismo político ya que es el eje que guía el presente trabajo; en el segundo capítulo se presenta la relación clientelar su concepto, así como se da la relación de forma real en la práctica, a partir de lo que pude observar en campo.

En el último capítulo hablo de la organización civil en la que realice trabajo de campo, su ideología, la forma en la que trabaja y como es que se da su ayuda a los ciudadanos en cuestión de vivienda.

Dentro del desarrollo democrático, la sociedad es el reflejo de los grupos de interés que la constituyen y que en ella operan, razón que podría explicar el porqué del surgimiento de organizaciones por la lucha al acceso a la vivienda social, en la Ciudad de México.

La información fue obtenida a partir del seguimiento a las distintas prácticas que llevaban a cabo la organización civil mediante el seguimiento a las actividades proselitistas, como lo fueron reuniones, recorridos, eventos, así como entrevistas hechas a los jefes de la organización, promotoras políticas y a los ciudadanos que fueron partícipes de este proceso.

## **CAPITULO 1 CLIENTELISMO**

### **1.1 INTRODUCCION**

El término clientelismo como tal, tiene sus orígenes en los vocablos romanos clientela y clientes.

Clientela es utilizado para designar una relación existente entre sujetos pertenecientes a diferentes clases sociales; esta relación implicaba una dependencia política y económica sancionada en el campo religioso.

Los patrones protegían a sus clientes subordinados, les daban, ganado y tierras de su propiedad para el cultivo, a cambio de esto, los clientes eran ciervos libres, pero le debían obediencia y protegían a su patrón con las armas, con testimonio y a veces con ayuda financiera. Es así que el término clientelismo se ha usado para describir el sistema de relaciones políticas en las sociedades. (Diccionario de política, Siglo XXI, 1982: 16)

Actualmente se sabe que el clientelismo persiste en contextos de modernidad. Aunque el estudio del clientelismo político ha presentado numerosos cambios en las perspectivas de análisis con las cuales se aborda como problema social.

Se debe considerar al clientelismo político como un rasgo permanente de la política y necesario, como lo señala Gordin distinguir entre cambios de intensidad, mas no de su desaparición (2006: 7).

Los estudios antropológicos han dado paso a los de corte político; de ser considerado un fenómeno surgido espontáneamente "desde abajo" a entenderlo como una organización "desde arriba"; de una forma política

pre-moderna a una práctica presente en los más diversos sistemas políticos. De una perspectiva unilateral y desarrollista, se pasó a la existencia y persistencia de las relaciones clientelares en las sociedades modernas o en vías de desarrollo.

En términos generales, la expectativa era que todos los tipos de relaciones patrón-cliente serían reemplazados por formas "modernas" de participación. Ayse Günes Ayata, uno de los autores que trabaja este tema, atribuye la persistencia y coexistencia del clientelismo con otras formas de participación, a la creciente participación de las masas y a los cambios en los modos de actividad y reclutamiento políticos en las sociedades en desarrollo.

Esto sería así porque con la modernización se expandió la cantidad de roles dedicados a vincular posiciones y se incrementó la competencia entre las élites locales, pero continuaron prevaleciendo las demandas por la ejecución y distribución particularista de políticas públicas y de beneficios (Günes-Ayata, 1998: 44).

El clientelismo fue visto como un fenómeno típico de los sistemas políticos subdesarrollados, bajo regímenes autoritarios o coloniales. Se creía que cuando las sociedades llegaran a ser más desarrolladas, tuvieran estructuras sociales más diferenciadas y sistemas políticos más institucionalizados, el clientelismo desaparecería. Si bien hubo un desarrollo social, económico y político, el clientelismo no ha desaparecido en el mundo actual.

De esta manera (Magaloni, 2002), argumenta que la peculiaridad del clientelismo puede encontrarse en la proveniencia de los bienes, en la habilidad de hacer cumplir el contrato implícito de intercambio, como la estrategia de soporte electoral de varios grupos de votantes (base, desplazamiento -oscilación o movimiento- u oposición).

Dicho autor sugiere que la clave para entender el clientelismo radica en que éste debe ser visto como una entre muchas alternativas electorales que tienen los políticos para reunir votos.

De igual forma, Magaloni, Díaz-Cayeros y Estévez (2002) distinguen que un rasgo central en la práctica clientelar es que envuelve un intercambio directo entre patrones y clientes, donde los votos son intercambiados por bienes o apoyo.

La relación clientelar ha cambiado en un contexto de mayor competencia electoral, pasando de una díada (patrón-cliente) a una relación de tres actores (patrón-intermediario-cliente), es decir, un intercambio indirecto.

La persistencia del clientelismo ha dado vida a interpretaciones que lo vinculan ampliamente con las condiciones actuales.

De esa manera para Ayata (1997) lo que explica su subsistencia es una tensión entre la política moderna que da poder al individuo para participar de forma activa en la vida pública, y a la vez, un mercado que lo restringe dada su desigualdad. La ansiedad y la inseguridad que se crea en este contexto deja desprotegido al individuo de bajos recursos, lo cual lleva a crear un sentido de pertenencia en las personas de bajos recursos y las relaciones de clientela.

Los arreglos clientelares reflejan las preferencias, elecciones y el poder de los patrones, mediadores y clientes, explicando la acción de estos últimos por la búsqueda de un mediador que pueda proveer más recursos.

- “Los bienes y los servicios materiales e instrumentales que forman parte del intercambio entre cliente y mediador, viene de fuera – partido político- lo que implica un intercambio que consiste en un arreglo para la distribución de bienes y servicios a cambios de

lealtades políticas y apoyo” siendo esta la base de cualquier práctica clientelar, sin importar cuál sea su fin, líder social o la dependencia de la que surge”. (ibid.pag 39)

La recurrencia al clientelismo se debe a la “generación de expectativas y de esperanzas, el sentimiento que el individuo tiene de ser protegido de poder depender de un dirigente, ya sea este un individuo o un patrón” (Ayata, 1994:46), además de ser el resultado del proceso de modernización de cualquier país en el mundo, en donde la superación y desarrollo personal se antepone a la realidad del individuo, ya sea económica o social.

- “Los sectores pobres urbanos con su particular inserción en el mercado de trabajo y con obstáculos para la satisfacción de sus necesidades hacen uso y son destinatarios de políticas sociales particulares que los Estados y sociedades han concebido a tal fin. Y que los instales en una tensión central: ser ciudadano sin serlo, expresándose en ellos y en sus condiciones de existencia las contradicciones, más crudas del sistema”.(Peralta, Óp. Cit :42)

Convirtiéndolos en sujetos destinatarios de las políticas sociales y por lo tanto, en las principalmente sumergidas en reglas particularistas, personalista y de lealtad( ibid,44), en donde aquellos que viven en condiciones de pobreza son los que se vuelven el objetivo de los procedimientos clientelares – no legales- que condicionan el beneficio de una política pública, por una toma de decisión sin libertad orientada a un personaje específico ligado directamente con lo obtenido de cualquier práctica.

El clientelismo político ha probado adaptarse altamente a diferentes contextos políticos, económicos y culturales (Hickens, 2011: 290).

No solo debe verse al clientelismo en su connotación negativa, y su gran adaptación, sino también puede ser visto como una expresión de formas originales y creativas a través de los cuales los hombres y mujeres se adaptan a su entorno y construyen particulares formas de vida, (Hernández, 2006:128).

## **1.1 ENFOQUES Y CONCEPCIONES DE CLIENTELISMO**

Günes- Ayata (1998: 47) señala que el clientelismo puede generar tensiones que en su mayoría emanan de la naturaleza de la política moderna, la cual se fundamenta en la creciente participación de las masas en la vida pública, pero deja abiertas las desigualdades en el mercado.

El clientelismo no sólo refleja dicha tensión interna sino que, en realidad, es el resultado de dicha tensión. En las sociedades preindustriales, el individuo no existe aislado sino que es parte de una entidad –la comunidad, sea ésta urbana o rural- que abarca todas sus identidades, incluyendo a las que están relacionadas con el parentesco y la familia. En las sociedades modernas, el individuo se convierte en la unidad política. La noción de ciudadanía requiere que los individuos sientan un sentido de pertenencia a una unidad supra ordinaria: el Estado.

Mario Caciagli (1996:2) distingue entre clientelismo antiguo (o clientelismo vertical) y clientelismo nuevo (clientelismo horizontal).

El primero describe los mecanismos de poder de notables y caciques locales, mientras que el segundo se refiere al intercambio de recursos públicos y beneficios por parte de los políticos a cambio de votos.

Se producen ciertos cambios pasando de la forma histórica a la forma moderna por el hecho de que el intercambio ya no tiene lugar cara a cara, en la forma nueva el actor principal es el partido político, "en su forma dominante de machine políticos, una estructura no ideológica administrada por jefes locales que asumen el papel de bróker o del empresario político" (Caciagli, 1997:295).

Cazorla hace una distinción parecida hablando del clientelismo tradicional de los caciques y del clientelismo del partido. Según este autor la transacción más importante en el clientelismo moderno es la compra - venta de ventajas institucionales (Cazorla, 1995:70)

El clientelismo moderno corresponde al concepto instrumental. El cual se concentra en los costos y beneficios del intercambio.

De esta manera el clientelismo está vinculado al proceso electoral y significa, el intercambio de favores por votos, las elecciones integran a las masas en la política institucional, lo cual resulta en nuevas demandas y un aumento de la presión por el sector público. La forma moderna del clientelismo es impersonal dado que

- "si en el clientelismo tradicional o pre moderno la relación era entre individuos y la identidad era de cada cliente con su patrón, en el clientelismo moderno la relación se manifiesta con una identidad entre clientes, en plural, con un líder sustituible que no tiene por qué ser un individuo solo" (Corzo, 2002:43.)

El patrón no se mete en la vida privada de sus clientes, la relación es esporádica entre el cliente y un funcionario y una autoridad.

La contra posición entre una relación personal e impersonal entre patrón y cliente se puede describir como circulo interno y circulo externo. Según Auyero

Las personas del círculo interno tienen una relación directa con el patrón y tienen un contacto cercano, personal, amistoso, familiar y confiable con él.

Las personas del círculo externo solamente tienen enlaces débiles e instrumentales con el patrón porque se trata de clientes esporádicos

Combes, por su lado, señala la persistencia de los estudios clientelares hacia su aplicación en los sectores populares vinculados a programas sociales o empleo público, aunque se reconoce que existe clientelismo político entre otras clases sociales, incluso en las clases de mayor estrato (2011: 19).

La práctica clientelar puede existir en cualquier categoría socioeconómica pero como Stokes y otros mencionan argumentando que los pobres son menos libres que sus contrapartes adineradas. A medida que se es libre económicamente no existen motivos para deber favores y generar lealtades, (Stokes, 2013).

### **1.1.1 POSTURAS HISTORICAS**

Para empezar a hablar de Clientelismo hay que empezar por hablar sobre sus antecedentes: El caciquismo fue la manifestación de un sistema de dominación que frenó los errores del “encasillado”. La mayoría de la producción científica sobre el caciquismo insiste en unir este fenómeno con el sufragio y los límites impuestos al mismo. No obstante, el caciquismo fue más allá de la formación de clientelas electorales en torno a los caciques, como veremos a continuación. Lo utilizan, por una parte, los caciques para defender sus intereses económicos, y por otra, el poder central para crear identidad nacional y controlar los gobiernos locales financiando su déficit (Álvarez 1996: 71).

La mayoría de las clientelas que se formaban en torno al cacique, se generaban mediante el mecanismo del favor y la dependencia económica de los clientes respecto del patrón. El caciquismo, en sí mismo, no se fundamentaba en estas clientelas sino que eran un instrumento más que utilizaba el cacique para corregir los errores del "encasillado", aun disponiendo de bolsas de votos incondicionales.

En ningún caso la relación fue libre, no se daba algo a cambio de algo, sino que se obligaba a realizar una determinada acción bajo el temor de perder la subsistencia económica.

Los recursos de los que disponían los caciques eran fundamentalmente privados; a casi todos les respaldaba una fortuna familiar que les atribuía una eficacia ante los ciudadanos. Les valía el interés por defender su patrimonio para garantizar su eficiencia. No obstante, no era el grado de influencia que tenían sobre el poder central sino su poder económico el que les hacía posible ofrecer contratos de trabajo, ascensos o traslados en la administración pública, o incluso influencias en la resolución positiva de conflictos entre éstos y el Estado.

El caciquismo no sólo se producía en épocas de campaña electoral, sino que constituía la forma en que se desenvolvían las relaciones entre las elites económicas, tratando de legitimarse como poseedores del liderazgo político, y los ciudadanos. No obstante, destacaba su utilización en aquellas circunstancias en las que no existía certeza de ganar elecciones utilizando el "encasillado". En estos casos, y ante la incertidumbre, los caciques utilizaban a sus clientelas para recabar más votos

El clientelismo en el caciquismo fue un instrumento al servicio del fraude y la corrupción. Demuestra su utilidad para perpetuar un sistema de dominación, pero en ningún caso se trata de un mismo fenómeno que se manifiesta en periodos distintos con características similares.

El clientelismo político es la consecuencia de la utilización de las relaciones de clientela en el marco de la política. Por ello, ha de diferenciarse la relación de intercambio que se produce en la formación de clientelas, del fenómeno hacia el cual deriva su utilización, como pueden ser la corrupción, el tráfico de influencias, el fraude, el caciquismo, etc. De la misma forma que no necesariamente tienen que derivar unos en otros.

El clientelismo se ha encontrado en investigaciones sobre modernización política construida en un aparato administrativo y a pesar de que la red de valores y derechos políticos del mundo moderno atacó los vínculos clientelares y abolieron prácticas de dependencia, estas han logrado sobrevivir bajo formas encubiertas.

En México el primer grupo corporativo es el campesino; las relaciones clientelares en principio vinculadas a la sociedad campesina, se transforman con el proceso de integración nacional para ser parte del marco institucional vinculado a los partidos políticos modernos.

El partido político de notables, ejemplifica esta situación; los notables eran propietarios del suelo, señores pre moderno con una red de relaciones clientelares cuando el sufragio tenía relación con el sistema político y lo vinculaba con la sociedad civil y con los clientes que lo apoyan en sus intereses electorales. Es así que las relaciones clientelares fueron formando parte de las nuevas estructuras políticas, tales como los partidos políticos y la burocracia estatal. (Weber, 1983:67)

El partido político en el poder se encuentra en las formaciones sociales en vías de desarrollo y muestra una relación existente entre los ciudadanos y la organización política por medio de los partidos de masa, al decir partidos de masa me refiero a que estos se caracterizan por tener un gran número de afiliados y una actividad permanente, más allá de los procesos electorales.

Las relaciones clientelares presentan elementos contradictorios, ya que son relaciones de desigualdad y asimetría de poder, conjuntamente con solidaridad mutua expresada en términos identidad personal y sentimientos interpersonales de obligaciones; son un ejercicio potencial de la coerción o la explotación en el contexto de relaciones supuestamente voluntarias y de obligaciones mutuas; también se pone énfasis en las obligaciones mutuas, la solidaridad y reciprocidad entre patronos y clientes en el contexto de relaciones .

Además de las características propias de las relaciones clientelistas se debe tomar en cuenta el lugar que ocupan en el contexto institucional, al igual que el área organizativa o las formas concretas de relaciones clientelista, para entender el intercambio de favores.

De esta manera los partidos de notables -señalados anteriormente- logran su acercamiento con la sociedad civil basándose en vínculos horizontales de clase o de intereses, a los que se les proporciona una agregación política; los partidos y las estructuras se imponen, pero sin el apoyo de la movilización política, a diferencia del clientelismo actual, en el que se busca una forma clientelar en la cual los políticos de profesión están involucrados y ofrecen cargos y empleos públicos, permisos, licencias y favores a sus clientes, a cambio de apoyo en consensos electorales.

No es un consenso institucionalizado lo que prevé el clientelismo, sino una red de fidelidad personal que hace uso de los recursos estatales. No obstante, el clientelismo no es un fenómeno exclusivo de las sociedades atrasadas o en transición política hacia un régimen democrático

Aunque el clientelismo se ha difundido a nivel nacional como resultado de la desintegración de la sociedad civil, ocasionada por la competencia entre los diversos grupos de interés que cuentan con una gran disponibilidad de recursos provenientes del sector público y logran

consensos por medio de intercambio y situaciones de personalidad del poder.

En Europa el clientelismo se ubica en los estratos intermedios de la clasificación social instalados por las relaciones entre las dos clases capitalistas dirigentes, quienes buscan una institucionalización de sus conflictos por medio del desarrollo de un sistema bipolar de partidos y buscan un séquito de masas que los legitime; los estratos señalados se ven simulados para convertir su disgregación social en una fragmentación política proporcional a la importancia de sus consensos en la búsqueda de la estabilidad del sistema político. (Callado, (2015), PRI Poder político y Clientelismo, UAM Iztapalapa, México).

Los partidos mayoritarios burgueses responden a estas tendencias buscando una reestructuración política por medio de símbolos defensivos que aluden al nacionalismo y también recurren a la motivación individualista o corporativa, realizando un intercambio clientelar entre los consensos electorales y los recursos del estado de que disponen los partidos.

Es por eso que las relaciones clientelistas se empiezan a desarrollar en las plantaciones agrícolas donde se estructuran en torno al acceso a la tierra y a otros medios de subsistencia de los campesinos y así se han ido emergiendo en otros sectores como deudores y acreedores, entre campesinos y comerciantes que tienen acceso al mercado.

Surgen también en contextos urbanos entre políticos y marginados, en las maquinarias políticas.

Entonces, se plantea que el nivel de desarrollo económico y político afecta el alcance de las relaciones clientelistas; Las sociedades más tradicionales, económica y políticamente, evidencian un patrón de relación clientelista

formal en personas y su extensión está relacionada con el crecimiento económico y la diferenciación política, incluyendo los partidos políticos y las fuerzas de mercado.

Con el proceso de comercialización de la economía y la urbanización, se debilitó al patrón tradicional, pero se mantuvieron patrones clientelistas reorganizados; el clientelismo transforma sus relaciones.

Ahora bien, el clientelismo actual es un modelo común de acción social dependiente de características personalizadas, cuyas relaciones de conveniencia están sujetas a la opinión de los contrayentes; no hay nada establecido, los beneficios obtenidos dependerán del resultado de la negociación. Las relaciones clientelares se manejan con incertidumbre y el proceso de renegociación es importante.

El sistema clientelar es un sistema de intercambio donde la fidelidad personal es determinante, retomada principalmente en los procesos electorales.

Las concepciones históricas del clientelismo político se diferencian en tres enfoques: a) como una forma pre-moderna de hacer política tendiente a desaparecer; b) una forma específica del individuo de hacer política sin considerarlo un proceso evolutivo, sino constante; c) la adoptada desde la acción misma de los individuos que participan en las relaciones clientelares.

Los primeros estudios de clientelismo político aparecen en la década de 1970. A partir de entonces ha sido conceptualizado de distintas maneras con percepciones opuestas entre sí.

Existen dos posiciones históricas: por un lado se tiene conceptualizado como una característica de un bajo institucionalismo, y una economía emergente donde es necesario que exista para poder conectar el centro

con la periferia y de este modo ser un vínculo que permite la distribución de bienes. Con el tiempo y una vez conectado el centro con la periferia se supondría que se contaría con un mayor institucionalismo y desarrollo económico que por ende lo eliminaría.

La segunda postura por el contrario lejos de desaparecer, lo destaca como una actividad de la política misma, es decir, para su surgimiento no es necesaria alguna condición (política o económica) sino que funciona como un fenómeno universal al momento de hacer política (Gordin, 2006; Acuña, 2009; Combes, 2011).

Conjuntando las dos concepciones históricas se puede decir que el clientelismo político no se debe reducir a una forma tradicional o pre-moderna de hacer política, por el contrario ha demostrado ser totalmente compatible con el neoliberalismo.

Se debe considerar al clientelismo político como un rasgo de la política y necesario, como lo señala Gordin distinguir entre cambios de intensidad, más no de su desaparición (2006: 7). El clientelismo se encuentra en constante readaptación, ajustándose a su entorno por lo que la relación clientelar supone ambas concepciones históricas (Hernández 2008: 111-112).

### **1.1.2 CLIENTELISMO POLITICO COMO CONCEPTO**

No existe una definición aceptada en la literatura de clientelismo político (Hickens, 2011: 290). Las muchas dimensiones que puede abarcar lo hace un fenómeno complejo, sintetizar su complejidad requiere un gran esfuerzo (Hernández, 2006: 127). Se puede dar una concepción tan simple como en

la interacción entre dos individuos, es decir una “relación social” (Acuña, 2009:27).

Desde la teoría de la elección racional y la teoría utilitarista se acostumbra a ver el clientelismo político como una relación entre dos individuos que pretenden maximizar sus beneficios (Combes, 2011: 19).

Otra conceptualización es considerar al clientelismo político como capital social de escalera, o el lado oscuro del clientelismo, es decir al considerar al clientelismo político como una relación donde se intercambian recursos de capital social, y dicha relación ya sea de un grupo o comunidad es con actores o grupos de diferente jerarquía (García, 2012: 5).

Las dos concepciones históricas parten desde una teoría distinta para conceptualizar clientelismo político. Si se hace desde una noción normativa, donde lo que importa es qué el comportamiento de los individuos se ajuste a determinadas reglas de conducta ya sea bajo castigo jurídico o moral su incumplimiento, es más proclive al primer enfoque. Desde el pragmatismo o racionalidad donde se lleva a cabo el juego político, en donde, los individuos son buscadores de renta que tratan de satisfacer sus demandas, es el segundo enfoque el que con mayor probabilidad se adopte.

Considero importante ambas percepciones, aunque se debe buscar una tercera postura, que confronta a la normativa con la racional, pero busca una explicación en la subjetividad del fenómeno clientelar , dándole un significado al sentido de la acción de los involucrados, más allá de lo que las normas vigentes y la razón puedan explicar, es decir, se debe entender lo que para las clientelas, mediadores y líderes significa la pertenencia a relaciones clientelares, el entramado de relaciones creadas y reproducidas diariamente.

Auyero nos proporciona una definición de clientelismo tomando en cuenta el carácter selectivo que tiene, los recursos y servicios que se intercambian:

- “Las relaciones clientelares son vistas como arreglos jerárquicos, como lazos de control y dependencia. Son lazos verticales basados en diferencias de poder y en desigualdad. Siendo altamente selectivas, particularistas y difusas, las relaciones clientelares se basan en el intercambio simultáneo de dos tipos diferentes de recursos y servicios: instrumentales (políticos y económicos) y sociales o expresivos (promesa de lealtad o solidaridad) (1997: 24)”.

Al ser selectiva resulta importante contar con los contactos adecuados que proporcionen la información que faciliten el acceso a los bienes y servicios, de ahí su consideración como el lado oscuro del capital social (García, 2012: 5).

Por otra parte, Tosoni nos invita a pensar el clientelismo como una relación de mutuo acuerdo, agrega la siguiente definición: “El clientelismo puede entenderse como un dominación por constelación de intereses” (2007: 51).

Lo que busca toda práctica clientelar es el apoyo político, es así que hablar de clientelismo político es hablar de procesos electorales donde se tiene su mayor exposición, sin dejar a un lado que es una práctica que se construye al día a día.

Ya en el plano electoral una definición general de clientelismo político la proporcionan Kitschelt y Wikilson definiéndolo como “Un modo particular de intercambio entre electores y los políticos en sistemas democráticos” (2011:13). Lo que se entiende por intercambio viene ampliado por Auyero quien lo describe de la siguiente manera:

- “El intercambio particularizado de votos a cambio de bienes, favores y servicios entre los pobres y las elites, perdura como una institución de extrema influencia, informal y a veces oculta [...] además es un conjunto de experiencias vividas, creencias, presunciones, estilos, habilidades, repertorios y hábitos que acompañan a estos intercambios, explicándolos y clarificándolos, justificándolos y legitimándolos, es tan importante como el conjunto de los propios intercambios. (Auyero, 2001: 19, 2001: 40)”.

Hernández (2006: 126) refuerza la definición anterior donde coincide en la creación de relaciones sociales, culturales que fortalecen la identidad de los que participan y les proporciona ciertas creencias y valores que comparten.

De algún modo se es perteneciente a un grupo que cuenta con cierto grado de institucionalización donde se dan relaciones de intercambio ya sean materiales o simbólicas.

Lo que se rescata de las definiciones anteriores es el bien que poseen las clientelas como intercambio, el cual es el voto, siendo la razón tangible con los patronos, sean líderes políticos o elites. Aunque no es el voto razón suficiente de una relación clientelar.

El clientelismo político va más allá de lo que el intercambio del voto puede representar. El significado que conlleva estar dentro de una relación clientelar, por lo que no solo se reclama el voto, sino también compromiso, lealtad, obediencia presentando contraposiciones.

Se reconocen diferencias de jerarquía entre los involucrados en una relación clientelar sacando provecho unos de otros; crean desigualdad pero al mismo tiempo se corresponden, son a la vez voluntarias y

obligatorias; requieren ser alimentadas por bienes, servicios y favores para crear una relación histórica (Tosoni, 2007: 50).

El clientelismo también es un fenómeno que puede ocurrir bajo regímenes autoritarios. La razón de intercambio clientelar implica en los sistemas democráticos la distribución de bienes de los cuales se puede excluir a los individuos por falta de apoyo electoral.

La perspectiva que se debe adoptar sobre el clientelismo político es que no debe de ser visto bajo normas morales, sino con la capacidad de resolver los problemas de sus clientes a través del entramado de relaciones y representaciones culturales construidas diariamente entre los involucrados (Hernández, 2008: 345), dicho de otro modo, patrón, mediador y cliente, recrean la relación diariamente y muchas decisiones que se toman escapan a las explicaciones normativas o racionales. Lo que realmente pesa es el significado que los involucrados le imprimen.

Clientelismo denota el intercambio de bienes y servicios por apoyo político y votos. Además de una categoría analítica para la investigación de relaciones informales de poder (Cacliagi, 1992), que sirven para el intercambio mutuo de servicios y bienes entre dos personas socialmente desiguales o entre dos grupos.

Se trata de una relación vinculada con otra en la cual, una persona poderosa {el patrón} pone su influencia y sus medios en juego para dar protección o ciertas ventajas a una persona socialmente menos poderosa {el cliente} que le ofrece respaldo y servicios al patrón. (Cacliagi, 1997).

Los actores disponen de diferentes recursos que utilizan para favorecerse mutuamente.

Frecuentemente en vez de clientelismo se usa la noción de patronazgo, denotan el mismo fenómeno. Clientelismo desde abajo, por el punto de

vista del cliente y patronazgo desde arriba, por el punto de vista del patrón.

El termino patronazgo se usa sobre todo para una forma especial de clientelismo que se enfoca en el intercambio de recursos público.

“Patronazgo significa la preferencia o discriminación irregular de personas o grupos de personas familiares, étnicas u otras en las regulación del acceso a un cargo público, o bien del servicio de un cargo público” (Pritzl, 1997:60).

La particularidad de la noción patronazgo resulta en que el patrón tiene acceso a recursos públicos o puede abusar de su posición en un cargo público.

Por lo tanto patronazgo solo es un tipo de clientelismo, porque en el clientelismo no necesariamente se tienen que cambiar recursos públicos entre patrón y cliente

Weber – Pazmiño diseña cinco dimensiones de clientelismo:

- CLIENTELISMO ESTRUCTURAL [ quien\*]
- CLIENTELISMO FUNCIONAL [ QUE]
- CLIENTELISMO CUALITATIVO [ COMO]
- CLIENTELISMO SOCIAL [ DONDE]
- CLIENTELISMO CULTURAL [ COMO]

El clientelismo se caracteriza por atributos de asimetría social de lo social, reciprocidad del intercambio y dependencia mutua.

Como se puede ver hay diferentes maneras de entender el concepto de Clientelismo, sin embargo, la más común es aquella que entiende a

este fenómeno como un proceso de vinculación entre quienes forman parte del gobierno y los diferentes sectores sociales.

Tal como la palabra lo dice, este sistema de conexión entre ambas partes genera un vínculo similar al de un cliente al que se intenta ganar y asegurar su lealtad.

El clientelismo se estructura a partir de una permanente vinculación de interés entre ambas partes, recurriendo a los recursos materiales de los que dispone el Estado, para asegurar determinados beneficios y mantener a ciertos sectores sociales a favor de la postura o proyecto político de quien gobierna en el momento.

Utilizaremos la siguiente definición general sobre el clientelismo, la cual extrae algunas de las principales consideraciones de los distintos autores mencionados: "las relaciones clientelares y de reciprocidad como la serie de derecho y obligaciones que contraen individuos marcadamente desiguales, pero que son percibidos y valorados por ambos como equivalentes. Algunos factores que influyen en la creación de dicha relación son: un bajo nivel socioeconómico y político percibido en la debilidad de los lazos en la administración pública y los ciudadanos en el acceso a los recursos políticos, económicos o sociales" (Segura, 1999: 15).

## EL CONCEPTO CLIENTELISMO



<u>CONCEPTO</u>	<u>CLIENTELISMO</u>
<u>DEFINICION</u>	Intercambio de bienes y servicios por apoyo político y votos
<u>ATRIBUTOS</u>	Asimetría, reciprocidad, dependencia mutua, carácter personal, informalidad, voluntad, confianza, lealtad.
<u>SUBTIPOS</u>	Clientelismo Forzado Clientelismo ilusionarlo Clientelismo moderno
<u>DIMENSIONES</u>	<p>DIMENSION RACIONAL: Alianza para conseguir fines personales Cuenta coste- beneficio personal Superación de vulnerabilidades</p> <p>DIMENSION NORMATIVA: Valor simbólico Obligación Moral Lealtad Código de honor</p>

CUADRO 1 Bárbara Schroter, "Clientelismo Político", 2010:152

En síntesis el clientelismo político es una relación de intercambio entre un actor político y un miembro de la ciudadanía; en donde el primero otorgará un bien material o simbólico al segundo, quien lo aceptará, pues vea en este un medio para mejorar sus condiciones de vida y como pago a tal dadiva, brindara apoyo y lealtad al otorgante del recurso.

Subordinándose a los objetivos que su benefactor desee, convirtiendo al político en patrón y al ciudadano en cliente, creando una relación que priorizara las peticiones patronales no las ciudadanas.

En este sentido podemos pensar al clientelismo como un proceso social que está presente en las relaciones político – sociales configurando la forma en que se hace política en la Ciudad de México, y que podríamos verlo como una forma de complementariedad entre los actores sociales involucrados, como una estrategia para lograr la resolución de necesidades particulares y colectivas.

“Hay que considerarlo (al clientelismo) no como una forma particular de relaciones políticas sino, por el contrario, como *modo de ser del hombre en la política*” (Combes, 2011: 30)

Es importante hacer una diferencia entre los conceptos de “clientelismo político” y “compra de votos”, para esto tomare como base la reflexión que hace Turid (2015), la antropóloga menciona que existe una diferente entre estos conceptos, ella menciona que una de las principales diferencias es que si bien “las dos practicas pretenden obtener votos a cambio de incentivos materiales, el procedimiento de una y otra es totalmente diferente, una práctica se considera legitima, la otra no”

Turid menciona que lo “que llamamos clientelismo político, entre la gente no tiene ningún término específico, sino que suele llamarse “labor social” o “ayuda”, lo cual resulta totalmente legítimo y abierto. La compra de votos si era motivo de comentarios entre la población, que emplea este termino con un significado negativo” (2015:50).

## **CAPITULO 2 RELACION CLIENTELAR**

Otro concepto que utilizare, en mi investigación es Relación Clientelar. María Inés Peralta nos dice:

- (Es) "una compleja 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 o simbólico" (Peralta, 2006:51)

Esta definición de Peralta se centra en los elementos de intercambio en la relación clientelar, ya no solo son bienes o servicios, también pueden ser construcciones simbólicas que hagan referencia a mutuas lealtades.

Por un lado el patrón hace lo mismo, al manifestarle al cliente, que cuenta con él para lo que necesite, sin la necesidad del dar algún regalo en ese momento, pero dejando la esperanza de que este puede llegar si se le es leal.

El intercambio simbólico es sumamentepreciado en el fenómeno clientelista pues, para ambos actores, el hecho de saber que se cuenta con una persona

o grupo, que por su capacidad, les brinda certeza sobre mejorar tanto sus condiciones de vida, o, tener posiciones de mayor influencia según el interés de cada una de las partes del lazo clientelar.

Para comprender el clientelismo y las relaciones clientelares resulta clara la definición de Javier Auyero

- "Las redes clientelares viven una vida en la objetividad de primer orden en tanto distribución de bienes y servicios a cambios de

lealtades políticas, apoyo y votos y una objetividad de segundo orden las redes clientelares: existen como esquemas de apreciación, percepción y acción en las estructuras mentales de los sujetos involucrados en esas relaciones de intercambio" (Auyero, 1996:32)

Estas definiciones se centran en las relaciones de intercambio, pero no detallan la desigualdad patronal dentro del vínculo clientelar. Eso lo hace J.C. Scott que conceptualiza el clientelismo como:

- "Un intercambio de roles entre dos personas, que se transforma en relación instrumental en la que un sujeto de estatus socioeconómico más elevado, en este caso el patrón, utiliza su lugar en la estructura, su influencia y sus recursos para proteger, a través de otorgar beneficios a un sujeto de status menor o subalterno en términos decisorios, quien en forma recíproca ofrece lealtad, apoyo en general y servicios personales a su patrón.... (Son) relaciones basadas en la desigualdad, relaciones cara a cara y que tienen una flexibilidad difusa" (Scott, 1977).

Otro autor que define de forma muy completa las características clientelares es Manuel Castells quien nos dice:

- "Bajo el sistema de patronazgo de diversas elites a diferentes niveles de gobierno, conectados en definitiva con el vértice de poder estatal, elaboran complejos cálculos y estrategias; como maximizar su apoyo y consolidar clientelas, mientras minimizan la cantidad de recursos necesarios para obtener dicho apoyo. Una mezcla de criterios, que abarca el incentivar, territorializar y economizar, contribuyen a formar redes de geometría variable" (1999).

El apoyo político se construye a base de redes clientelares que vinculan a quienes tienen el poder con segmentos de la población. Debido a que la

parte más cuantiosa de la riqueza del país está en manos de la elite política, la gente debe prestar lealtad a la cadena de patronazgos para ser incluida en la distribución de puestos de trabajo, servicios y favores triviales en todos los ámbitos del Estado, de los organismos de orientación internacional y la benevolencia de los gobernantes locales.

Dado que se alimenta de la violencia estructural marcada por la explosión del desempleo, la pobreza y la desigualdad, no puede negarse que el clientelismo constituye una forma de control político.

El aspecto menos visible del clientelismo, es que esos favores de tipo personal generan con el tiempo una red de relaciones que es, al mismo tiempo, una red de resolución de problemas.

Desde estas visiones el Clientelismo ayuda a la elite gobernante a mantener en sumisión a los menos beneficiados, quienes por la esperanza de recibir un apoyo serán leales, respaldando las decisiones de sus "patrones"

Aunque en la relación clientelar uno de los dos actores (partidos y ciudadanos); que intervienen en el ámbito político posea mayor nivel económico y relaciones políticas, la relación de dependencia existente entre ambos es correlativa, ya que uno no existe sin el otro. Por ejemplo los partidos políticos, para alcanzar el poder necesitan del apoyo de sus militantes, necesidad que pudiera manifestarse en momentos en los cuales sus militantes mantengan una posición dependiente con respecto al partido, pero existe la posibilidad de que en el tiempo de elecciones pasen de una posición dependiente a una dominante al acceder o negar su apoyo necesario para el partido.

Esta relación de dependencia relativa puede ser observada a través de la relación clientelar y de reciprocidad, el intercambio de bienes o

servicios entre actores políticos (líderes, dirigentes, partidos, diputados, senadores, etc.) con los ciudadanos o simpatizantes.

El intercambio de los bienes o servicios efectuado en la relación clientelar puede abarcar desde el otorgamiento de tierra, la apertura de oportunidades laborales, de seguridad social, préstamos de dinero, herramientas, la intermediación en la gestión pública, o la reducción en pago de predial, escrituración, pago de agua, programas de vivienda, o poda de árboles.

- “Las relaciones clientelares son particularistas porque no se establecen sobre bases universales sino en vínculos personales, y son informales porque ninguna instancia investida de poder formal aparece como garante del cumplimiento de los arreglos entre los participantes de las redes” (Auyero, 1997).

Con esto defino relación clientelar como la serie de derechos y obligaciones que contraen individuos marcadamente desiguales en el intercambio a mediano o largo plazo de bienes y servicios desiguales, pero que son percibidos por ambos como equivalentes. Algunos factores que influyen en la creación de dicha relación son: un bajo nivel socioeconómico y político percibido en la debilidad de los lazos entre la administración pública y los ciudadanos en el acceso a los recursos políticos, económicos y sociales.

Según Javier Auyero (1998:16) las redes de relaciones sociales, que constituyen un insumo básico de las representaciones políticas, han sido dejadas de lado en las investigaciones por desconocimiento o por una equivocada identificación de estas otras formas con elementos pre modernos, elementos a ser eliminados con el transcurso del tiempo.

Dado que las relaciones clientelares no han desaparecido, incluso ante un contexto de competencia electoral han pasado de relaciones patrón – cliente a relaciones patrón – intermediario- cliente.

Si bien las relaciones clientelares no surgen precisamente durante el proceso electoral, en este espacio tienen mayor importancia, ya que se expresan principalmente para la obtención de votos, pero por medio de otros espacio es como se empiezan a crear o a reforzar estas relaciones mediante diversas prácticas, como la distribución de bienes y servicios para seguir manteniendo a los ciudadanos activos en la política.

A continuación se presentan las características de los tipos de relación:

## **2.1 TIPOS Y FORMAS DE RELACION CLIENTELAR**

Auyero (1998) señala que la relación social clientelar es una relación de dominación compleja. Él se refiere a que este tipo de relación se distingue del resto ya que implican un reconocimiento recíproco entre los actores.

Kaufman (1974) coincide con Boissevain (1977) y Auyero (1998) quienes consideran que el clientelismo es una relación de dominación establecida como una relación de intercambio en la cual un patrón usa su influencia para proveer de protección o beneficios, o ambos a un cliente, que por su parte trabaja recíprocamente ofreciendo apoyo general..

Es decir, los arreglos clientelares están constituidos sobre arreglos asimétricos, aunque mutuamente benéficos y abiertos.

En la relación patrón – cliente moderna, la desigualdad puede ser adoptada por una ideología igualitaria de pertenecer a la misma

comunidad y de compartir orígenes similares, a pesar de que la relación sea estructuralmente muy desigual e involucre intercambios desiguales

Como mí entrevistada la Diputada del PRD con la que pude platicar haciendo trabajo de campo, (del cual hablare en este y el siguiente apartado); me comento que ella nació en la Delegación Iztapalapa y ahí es donde empezó su carrera política comentando que dentro de esta demarcación integrantes que pertenecen a la Unión de Lucha Vecinal del Valle de Anáhuac (ULVVA)<sup>1</sup> fueron vecinos de ella:

- Mira hija yo nací aquí en Iztapalapa aquí nació mi gusto por la política inculcado desde mis padres, ellos me educaron de este modo, que tenga siempre la idea de ayudar a mis vecinos, y es lo que le he inculcado a Polettte (hija de la Diputada y coordinadora de las promotoras políticas) Yo no tuve una vida privilegiada, yo lo que tengo y lo que soy, lo tuve que luchar, y no olvidar de dónde vengo y lo que quiero para este país por ejemplo ahora en la Unión, hay familias que forman parte de la organización que fueron mis vecinos, y ellos siempre me agradecen que los apoye y yo solo les respondo que estoy haciendo mi trabajo, como ellos el suyo<sup>2</sup>

La relación entre patrón y cliente se da a partir de un intercambio que puede ser de bienes materiales o inmateriales. El patrón, con sus recursos económicos, personales o político-administrativos, concede una protección material y segura en caso de una dificultad.

En esta función está usando su prestigio, competencia, autoridad y su poder de controlar puestos. Por ejemplo, pone a disposición regalos como alimentos, ropa, herramientas, maquinaria doméstica o material de construcción; créditos, ayuda financiera, etc.

---

<sup>1</sup> Organización donde realice campo de la cual hablare en el capítulo 3

<sup>2</sup> Entrevista realizada a Diputada del PRD en Delegación Cuauhtémoc, septiembre 2017

El cliente, en cambio, ofrece apoyo político a través de su voto o asistiendo a eventos. Por otro lado, también se pueden intercambiar bienes inmateriales: el patrón representa los intereses de sus clientes, lo puede hacer en la forma de asuntos jurídicos y administrativos, la intermediación de trabajo o cargos públicos, o la representación de intereses frente a terceros, a cambio, el cliente sigue a su patrón y le es leal. El cliente tiene que garantizar la buena reputación y el prestigio del patrón en la sociedad, buscar información o brindar apoyo político.

Como algunos de mis informantes que pertenecen a la unión de Lucha Vecinal me comentaron que en su área de trabajo, de manera discreta tienen que comentarles a sus demás compañeros que la Diputada del PRD realiza buenas acciones en su colonia, así como diciendo que los apoya para cualquier cuestión en la Delegación Iztapalapa y por eso ellos están muy a gusto de pertenecer a la organización, aunque en realidad ellos y la Diputada del PRD no tuvieran una relación cercana.<sup>3</sup>

- mira hija yo llevo años trabajando en este mercado, se puede decir que me he hecho de mis clientes, así que si mi promotora me dice haga promoción Doña Silvia yo lo hago, yo que no soy ni promotora he llevado gente a la organización y si es cierto me dan preferencia para entrega de algunas cositas, pero es porque yo me lo gane, no todos llevan gente que se una a la Unión de Lucha Vecinal, y mira hija todos los que estamos queremos casa para nosotros o nuestra familia y si esto me ayudara pues adelante yo seguiré llevando gente -

Debido a lo anterior se puede observar que para la definición de una relación clientelar no importa si los bienes intercambiados son de

---

<sup>3</sup> Entrevista realizada 16 de Noviembre de 2017. A integrante de la Unión de Lucha Vecinal del Valle de Anáhuac .Mercado Iztapalapa

naturaleza pública o privada. El valor de los bienes clientelares intercambiados es subjetivo (Corzo, 2002:12).

No obstante, siempre se trata de bienes que consolidan la legitimidad del patrón y el nivel de vida del cliente; sino la oferta de regalos electorales como gorras, playeras, bolsas, plumas, globos, etc., a cambio de votos también contaría como intercambio clientelar.

La relación entre patrón y cliente es *personal*. Ambas personas deben conocerse bien para poder construir una relación de lealtad y confianza. Por eso, la relación también se denomina *amistad interesada* (Gunnar Lind; Díaz-Santana, 2002: 197).

Aunque también puede ser impersonal "La relación entre patrón y cliente sería impersonal si ambos solamente se conocieran por asuntos de negocio, por alguna función específica o por el hecho de que el uno o el otro obtiene una posición especial, por ejemplo dentro de una institución u organización" (Weber-Pazmiño, 1991: 78). Lo anterior lo pude observar en la organización de Lucha Vecinal del Valle de Anáhuac, ya que no existe una relación entre ellos debido a que no hay cercanía entre ambas partes.

Además, la relación patrón–cliente es *informal*. No es fijada oficialmente o por escrito ni regulada por la ley. Se atiende solamente a normas y valores, por eso no puede ser evaluada por aspectos morales o ser sancionada.

Por lo general, los bienes se intercambian con una cierta diferencia temporal, así que "la relación se tiene que basar en la confianza mutua para compensar la inseguridad acerca del cumplimiento del intercambio, parecido a un contrato" (Maíz, 2003: 14).

Además, es necesario vigilar el intercambio porque el cliente tiende a no cumplir su parte del contrato si falta la confianza (Medina y Stokes, 2002).

La confianza mutua finalmente resulta en lealtad entre patrón y cliente, porque las inseguridades existentes fueron superadas y la relación de intercambio se establece de manera duradera por el apoyo mutuo.

La relación personal con los clientes es una relación que se podría describir como una amistad pero siempre expresada como digna de ser mantenida. Para el cliente, el aspecto central a los efectos de evaluar la legitimidad de la relación clientelar es el balance entre los servicios que el recibe y los servicios que otorga. A mayor valor en lo que recibe por lo que debe dar, mayor será la tendencia a ver el lazo clientelar como legítimo (Auyero, 1996:220).

Mis entrevistados me comentan que se unen a la lucha de Unión Vecinal del Valle de Anáhuac por el deseo de tener su casa propia, ya que la mayoría pagan una renta, por lo tanto el unirse a esta organización es una oportunidad para conseguir vivienda propia.

Explican que debido a que su promotora política les explico, de lo que se trataba este grupo, más la forma en que observaron cómo trabajaba su promotora a favor de la Colonia en que viven, los motivo a unirse, ya que su primera idea sobre la organización fue que era un grupo honesto, ya que no les pedían cantidades de dinero para entrar con ellos, por lo tanto tuvieron confianza al unirse a este.

- "...mire señorita cuando yo vi por mi Colonia que abrirían un grupo de la tercera edad, pues dije pues que me quita, voy un rato a ver de qué se trata y fíjese de eso a ahora ya llevo 2 años con la Señora Edith,

y cuando nos contó de la unión de Lucha, que no era una quitadera de dinero, pero sí de tiempo dije pues yo como sea chiquita pero tengo mi casita, pero pensé en mis hijos que pagan renta y los metí, y ya ellos me llevan de acompañante y como va mi grupo pues me gusta ir a los eventos, me entretengo más allá, que en mi casa sola...”<sup>4</sup>

Comentan que hasta que la promotora los llevo a algún evento fue cuando conocieron de vista a los jefes de la Organización. Ya que al momento de unirse en la ULVVA quien les explico lo que tendrían que hacer fueron las promotoras, pero fue hasta el momento en que llevaron sus documentos<sup>5</sup> a una junta de la ULVVA fue que los jefes les hablaron y se dirigieron hacia ellos, ya que antes no lo habían hecho.

Debido a esto, opinan mis entrevistados, que solo existe una relación cuando se asiste a algún evento<sup>6</sup>, ya que no existe un trato entre ambas partes, los participantes saben quiénes son los jefes, pero tienen claro que los jefes no saben quiénes son cada una de las personas que forman parte de la Unión de Lucha Vecinal del Valle de Anáhuac.

Comentan mis entrevistados que ellos saben el papel que tienen, son la gente que tiene que ir a los eventos de los jefes del grupo, mas no son amigos de ellos, ni estos pretenden serlo, la mayoría de los participantes están de acuerdo en que no tener contacto con los jefes ha hecho que continúe su relación con la organización, piensan que de haber una, traería muchos problemas o más exigencias.

---

4 Entrevista realizada a integrante de ULVVA Delegación Iztapalapa, 2017

5 Los documentos que pide la ULVVA son acta de nacimiento, IFE y Constancia de no propiedad.

6 Hablaremos más adelante de los eventos realizados en la Unión de Lucha

- “Conozco a los jefes de lejitos, el Sr Armando Contreras<sup>7</sup> solo nos dice buenos días, la Diputada del PRD igual nos los da, pero en ella se ve más forzado el saludo. Y que feo señorita porque hay veces que me ha tocado estar frente a frente y nada, te saludan pero sin siquiera mirarte, y no crea que de mano, solo gritan buenos días y uno les responde igual y dicen como están y ya como si no existiéramos, y uno lo deja pasar o en mi grupo ya hasta sabemos lo que harán cada que los vemos, pero fíjese de repente si me pongo a pensar quien tiene que estar más agradecido, ellos por asistir a sus eventos y que no se vea que están solos, o nosotros por querer hacernos de una casa .. ”<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Hablare en el siguiente apartado sobre los Jefes de ULVVA

<sup>8</sup> Entrevista realizada a integrante de la Unión de Lucha Vecinal del Valle de Anáhuac, delegación Iztapalapa Colonia El Manto, 3 de Noviembre de 2017



IMAGEN 1 Reunión de Grupo de Promotora en Col. El Manto, Iztapalapa



IMAGEN 2 Marcha para pedir mejorar en la vivienda en Secretaria de Vivienda donde se puede observar la relación que existe entre los jefes y los integrantes de ULVVA

## 2.3 RELACION PATRON – INTERMEDIARIO- CLIENTE

Gouldner (1977) nos presenta un tipo de relación distinta a la anterior, este modelo está conformado por el patrón, intermediario y cliente.

Según Gouldner estos actores se deben cosas mutuamente, por lo que han hecho antes unos por los otros.

Varios autores que han escrito sobre clientelismo establece que la confianza, la solidaridad, la esperanza y la reciprocidad existen en las relaciones que se establecen entre patrones, intermediarios y clientes.

Estos existen si y solo si existen el uno para el otro; llegan a ser patrones, intermediarios y clientes cuando conforman una relación de intercambio de favores, bienes, lealtades y apoyo político queda establecido.

Este tipo de obligación es impuesto por la norma generalizada de reciprocidad, Esta norma puede ser vista como el principio de una acción, en este caso como generadora de las prácticas clientelares

La relación Patrón – Cliente puede ser desarrollada con una persona adicional, el llamado intermediario. El actúa como un mediador entre los intereses del patrón y del cliente, distribuye los bienes que el patrón pone a disposición del cliente y al mismo tiempo está movilizándolo y controlando la remuneración del cliente.

Tiene la función de que tanto para el cliente como para el patrón restringe el acceso al socio del intercambio.

De manera ideal, es leal tanto al patrón como al cliente porque ambos tienen que confiar en su actitud. Sin embargo, el intermediario es un tipo de empresario que gana por la mediación.

En esta relación el trato es mucho más cercano, ya que las promotoras son sus vecinas, por lo tanto la gente que se integra a la Unión ya cuenta con una idea de cómo ella trabaja, debido a que la promotora es una líder de la colonia que busca mejoras en sus respectivas colonias. (Aunque como lo dije anteriormente la Jefa igual es vecina de algunos de los integrantes, pero la relación cambió ya que ella ya no vive en la Delegación Iztapalapa sino en la Delegación Cuauhtémoc por lo tanto ya no se frecuentan).

Por lo tanto ya no es una persona que no conozcan, ahora como mis entrevistados comentan, tienen confianza, ya que es una vecina que en la mayoría de los casos conocen desde que viven ahí o en muchos casos desde que nacieron son vecinos, por lo tanto, se les es más fácil ser leal hacia ella, que a la ULVVA.

En el caso de ULVVA cada promotora política por consejo de su Jefa les indicó que tenían que abrir un grupo de ayuda a personas de la tercera edad, cada una lo hizo y metió sus papeles en la Delegación como si brindarían un apoyo social con ellos. Aunque en realidad no todos los grupos de cada promotora son exclusivamente de la tercera edad, ya que van personas de cualquier edad, que están interesados en conseguir vivienda.

En estos grupos se reúnen 2 o 3 veces a la semana, en los cuales realizan actividades físicas, paseos, actividades recreativas (convivios, celebración de cumpleaños, paseos, manualidades).

Cada promotora en las reuniones les comenta los eventos a los que tienen que ir, por lo tanto la relación se desarrolla en buenos términos. En esta relación si ven a la promotora como una amiga de ellos.

- señorita la Señora Aurora<sup>9</sup> ha tratado que la convivencia en el grupo sea bonita, existe gente que no necesita vivienda, pero si distraerse porque su familia los abandono y están solitos y como sea ya en bola nos distraemos un ratito. Tal vez lo malo es asistir a los eventos, porque es una pérdida de tiempo, que si nos dan nuestro lunch, pero son eventos muy largos y ya cuando llegas a tu casa tienes que hacer de comer, tu quehacer y si te dices, ay para que anduve de pata de perro yendo a ese evento, mejor me hubiera quedado a terminar mis cosas, pero casi siempre asisto, solo llego a faltar porque tengo consulta o estoy enferma, de ahí en fuera siempre voy..."-

Esta relación se genera en buenos términos, todas las partes saben dónde y con quién dirigirse para ser tomados en cuenta.

Pero por lo observado en campo, puedo decir que los integrantes que forman la ULVVA no tienen clara su importancia en esta relación, ya que han sido convencidos de que pueden lograr tener su vivienda, pero a partir de su trabajo, mostrando apoyo a quien le digan debe apoyar (asistir a eventos, realizar carteles, etc.).

Con esta idea tienen el compromiso de trabajar a favor de ellos, solo algunos integrantes entienden la noción que ellos son la base de esta organización, pero en realidad la gran mayoría dicen estar agradecidos con los jefes de ULVVA por ser quienes los ayudan a hacerse de una vivienda.

Los jefes de ULVVA saben en qué posición de esta relación se desenvuelven por lo tanto, no les preocupa tener una relación con los integrantes de su organización, cualquier asunto lo tratan exclusivamente

---

9 Promotora política

con la promotora política, y es a esta a la que le dan información de eventos o asuntos en los que los integrantes tienen que asistir y apoyar, pero también a ellas son a las que les exigen que aumente su padrón de nuevos integrantes que se unan a ULVVA.

Con lo anterior me refiero a que la promotora política, es la que hace que la organización, vaya obteniendo más presencia entre la ciudadanía.

Las promotoras trabajan tanto para los jefes como para los integrantes de ULVVA por lo tanto, tienen que lograr que ambas partes le tengan confianza.

Los jefes para que le permitan seguir teniendo su trabajo y los integrantes para que no le fallen y falten a eventos y tenga una llamada de atención por parte de su jefa.

## **2.4 PAPEL DEL INTERMEDIARIO POLITICO**

La intermediación en la Ciudad de México ha tenido un papel muy importante dentro de los procesos políticos, ya que han sido a partir de estas prácticas que la mayoría de los ciudadanos han sido participe, a partir de la relación que han establecido principalmente con grupos sociales que pueden ser, comités ciudadanos, oficinas de atención ciudadana y para nuestro caso el organizaciones civiles.

Los partidos políticos en un inicio eran los encargados de mediar entre los ciudadanos y el sistema político, tratando de ser ellos quienes solucionaran las problemáticas sociales de la gente, pero a partir de la mala administración que han tenido, la gente ha ido perdiendo la credibilidad y

confianza en ellos, hasta el punto de no querer siquiera tener alguna relación.

Esto ha generado que sean otros actores sociales los que se encarguen del papel de intermediarios entre ciudadanos y sistema político, como lo son las organizaciones civiles.

Si bien las organizaciones civiles son los actores encargados de la mediación político – social, tomando el rol de ser los encargados de la resolución de problemáticas sociales e incluso particulares entre los ciudadanos, su papel de intermediarios ha permitido generar relaciones clientelares a partir de la gestión de diversos proyectos, que pueden ser otorgados por el gobierno o los que generen ellos mismos.

Richard Adams (1983), señala que la intermediación incluye varias combinaciones de transferencias de poder, consiste en una “figura central, el intermediario, a quien una o más partes conceden, asignan o delegan poder. Este poder se usa para negociar con un tercero (que puede ser individual o colectivo). El éxito de la negociación consiste en que el tercero también conceda (asigne o delegue) poder al intermediario, para que éste pueda negociar entonces con la primera parte” (1983: 66-67).

En síntesis, un intermediario existe para negociar los intereses de las dos partes, o entre miembros de un nivel inferior y los de un nivel superior

Para que los políticos (patrones) logren tener un acercamiento y posteriormente una negociación con los ciudadanos (clientes) requieren de un tercero que haga las veces de intermediario entre ambas partes ya que por su cercanía y trabajo cotidiano es una persona reconocida en esa colonia y ser apoyado por él le otorga al patrón legitimidad y proximidad con los ciudadanos.

Retomando a Auyero (1998), la centralidad del mediador radica en que “puede obstruir o facilitar el flujo de demandas, favores, bienes y servicios, desde o hacia un grupo, pero sobretodo en que no solo son intermediarios funcionales, sino figuras cardinales en la producción y reproducción de la creencia en el juego clientelar, en la articulación de un lazo de afecto imaginario que relaciona estos con los clientes”.

Lomnitz (1994) identifica que la intermediación representa una institución sumamente importante para el sector informal. Los intermediarios sirven para articular la política y la economía informal de la marginalidad con las instituciones formales, el rol del intermediario es esencial para interconectar ambos sistemas.

Asimismo encontró que los intermediarios no tienen movilidad social ascendente, ya que los intermediarios del sector marginal en general, controlan las articulaciones entre su propio grupo social las instituciones formales de afuera, así mantendrá su status quo<sup>10</sup>, todo intermediario está interesado en hacerse invisible (Lomnitz, 1994:128)

La posición del intermediario es fuerte porque recibe el apoyo de los colonos, pero es vulnerable porque su poder radica en los recursos provenientes de agentes externos (patrón).

Auyero (1998a) señala los “brókers” no son solo intermediarios en términos funcionales, sino figuras cardinales en la producción y reproducción de la creencia en el juego clientelar, en la articulación de un lazo de afecto imaginario que relaciona a estos con los clientes.

Eric Wolf (1965:1077) definió a los intermediarios como la persona o el grupo que vincula distintos niveles de integración sociocultural (grupo doméstico,

---

<sup>10</sup> Entendiendo como status quo: un equilibrio de poder

comunidad, municipio, entidad federativa, nación). Tales intermediarios tienen una posición expuesta, miran en dos direcciones al mismo tiempo.

En su calidad de agentes de los intereses de grupos que operan a nivel de la comunidad local, por una parte, y nivel extra local por otra, deben hacer frente a los conflictos que puedan surgir del choche de tales intereses, mas no pueden resolverlos, ya que haciéndolo estarían aboliendo su propia utilidad. Por ello a menudo actúan como “neutralizadores de conflictos intergrupales”.

Wolf señala que los intermediarios tienen como:

- “Función básica vincular a individuos de orientación local que quieren estabilizar o mejorar sus condiciones de vida pero que carecen de seguridad económica y conexiones políticas, con individuos de orientación nacional, que operan prominentemente en el marco de patrones culturales complejos, estandarizados en forma de instituciones nacionales, pero cuyo éxito en están operaciones depende del tamaño y fuerza de su grupo de adherentes personales (Wolf, 1965:1080)”-

D’Auria (1994) señala que hay varias subespecies de intermediario. En primer lugar está el *puntero que no guarda fidelidad a ningún partido político*, y afilia a su gente para obtener beneficios de todos y cubrirse ante los cambios electorales. Este tipo de personaje no frecuenta los locales partidarios más que en tiempo de elecciones internas

Luego está el *puntero partidario* este es del partido por convicción, por sentimiento o por costumbre, pero es del partido. Sin salirse de sus filas, ofrece sus votos al sector interno que pueda reportarle más ventajas.

Finalmente está el *puntero fiel* a cierto grupo interno del partido; se trata de una subespecie rara que mantiene cierta conducta constante en cada elección interna, lo que hace predecible en su comportamiento.

D'Auria (1994:37) argumenta que en algunos casos los intermediarios, llegadas las elecciones recurren uno por uno a todos los votantes, para que voten por su patrón (candidato o un partido político).

En otros casos, el intermediario recurre a sus vecinos también cuando requiere apoyo para asistir a marchas o mítines, cuando se desea realizar una manifestación contra alguna autoridad entre otras.

Todas las entrevistadas (promotoras políticas) comentan que se unen a la política porque buscaban ayudar a su colonia, debido a que no contaban con los servicios básicos, debido a que la mayoría empezó siendo jefas de manzana, líderes de las colonias, como ellas dicen "somos las que jalamos gente", en este caso gente del PRD las contacto y las invitaron a formar parte de esta organización.

La mayoría dice haber trabajado con otros diputados antes de su actual jefa la Diputada del PRD (algunas ya habían trabajado con ella años anteriores), por lo cual comentan que no conviene hacer enemistades en la Política, ya que el trabajo con la Diputada no es seguro, pero gracias a las redes que han formado en todos estos años, debido a que algunas llevan más de 20 años trabajando con el Partido PRD, pueden encontrar otro trabajo fácilmente y haciendo enemistades no lo encontrarán.

La labor que desempeñan tiene que ver con el desarrollo de su actividad social y política donde con base en su trabajo busca convencer y hacer sentir confianza tanto al partido para que confié en que ella podrá brindarle un acercamiento y promoción ante los ciudadanos y en el caso de los ciudadanos para brindarles la confianza de que la jefa está

preocupada por ellos, por sus problemas y que buscará resolverlos cuando gane algún puesto que busque a través de su apoyo.

Ellas tienen que buscar la confianza de ambas partes para poder desempeñar el trabajo y que con ninguno quede mal.

- "mira hija yo llevo más de 20 años en el Partido se podría decir que a mí a estas alturas no me duermen, tal vez como todos cuando empecé era chamaca no sabía cómo moverme, pero en este sentido te haces de tu colmillo, y te vas haciendo de tus redes que no te dejan aunque cambies de jefe, y sabes porque no me deja mi gente, pues porque saben cómo trabajo y no es darles preferencia o que esa gente que me ha seguido por años los beneficie, más bien yo creo que es porque se lo han ido ganando, como yo los trabajos que he conseguido en el partido me los gano, a mí nadie me ha regalado nada todo ha sido por la forma en la que estoy trabajando y en realidad todos los ven, como mi grupo y mi jefa ...."<sup>11</sup>

Los jefes de esta organización son dos Armando Contreras Luna (quien fuera Ex Secretario de Alianzas del PRD, y Líder de Comerciantes en Delegación Cuauhtémoc) y Francis Pirin Cigarrero (actualmente Presidenta de la Comisión de Movilidad, Transporte y Vialidad en la Asamblea Legislativa), cada uno de ellos tiene sus promotores y gente.

El señor Armando abarcando el área de la Delegación Cuauhtémoc y partes de Iztapalapa y Francis Pirin de la Delegación Iztapalapa, cada uno tiene en su equipo 10 promotoras , me voy a referir solo a las promotoras

---

<sup>11</sup> Entrevista realizada a promotora política. Colonia Xocongo noviembre 2017

políticas de la señora Francis Pirin que fueron con las que tuve acercamiento en trabajo de campo.

Ellas me comentan que las busco la jefa, debido a que la mayoría había trabajado en la campaña de Clara Brugada y como gano siguieron manteniendo su trabajo, (cuando esta seguía perteneciendo al Partido PRD), pero es cuando ella decide irse del partido para irse al recién creado partido Morena, la mayoría queda fuera, sin algún ofrecimiento de trabajo.

Entonces es cuando las busca la Diputada del PRD y les ofrece el trabajar con la Organización de ULVVA y aceptan trabajar con ella.

Coinciden en que ninguna conocía la Organización, al principio, pero cuando les explicaron las funciones que debían realizar (abrir un grupo, coordinar la gente de su colonia para que se una a la organización, eventos, asambleas, etc.), así como la paga, aceptaron sin ningún problema.

Por la forma en la que se desenvuelven que es cara a cara con los ciudadanos, ellas opinan que son la gente más leal que tiene el partido, debido a que han visto irse y venir diputados, pero aunque ellas han trabajado con varios diputados comentan que terminan los trabajos en buenos términos y pueden irse con otro sin ningún problema, mientras sea del Partido.

Si algún diputado decide irse a algún otro partido (como dicen que ha sucedido), ellas no lo siguen, aunque saben que es seguir conservando un empleo que necesitan, pero eso no se les hace honesto, debido a que creen jugarían con la gente, debido a que ellos ya saben que el partido al que tienen que apoyan es el PRD, ahora como le podrían decir a su gente, que ahora tendrían que apoyar al PRI o PAN.

Todas opinan que necesitan que su jefa las tome en cuenta, ya que ellas como trabajan de puerta en puerta, saben lo difícil que es que la gente se interese en la política, y por lo tanto ellas podrían darle ideas para que sigan teniendo presencia el grupo de ULVVA, pero hasta el momento no las ha buscado para que expongan sus ideas de mejoría.

Consideran que en estos tiempos, es un trabajo muy difícil trabajar de puerta en puerta, ya que la gente no está interesada en la Política, por su experiencia dicen que ahora solo la gente se preocupa por el beneficio que obtendrán por apoyar a su candidato cuando son tiempos electorales.

A las promotoras políticas es gusta trabajar con la gente de Unión de Lucha porque han tenido la oportunidad de seguir aumentando el padrón que tiene cada una, ya que es uno de los encargos al trabajar con la ULVVA, y de la cual está más al pendiente su jefa, ella quiere que cada semana tenga integrantes nuevos en la Organización.

Debido a que van consiguiendo gente nueva, es gente que saben las promotoras que en algún momento la seguirán apoyando, por eso trata de ser cordial con todos los integrantes de su grupo, para que la sigan apoyando cuando ella lo necesite.

Debido a que han participado en varios procesos electorales, apoyando al candidato que ira por la Delegación Iztapalapa, esperan que con cada apoyo que han dado a algún candidato, esté se los agradezca, no con algún lugar en su equipo, porque tienen claro que ya ellos tienen a la gente que tendrá una base en su nuevo equipo, sino que los apoye con el trámite de alguna gestión, que se los resuelvan rápidamente.

- "... mira hija yo sé que es chamba, pero por ejemplo si no hubiera sido por nosotras, la Actual Delegada <sup>12</sup>, no hubiera ganado la elección nosotras ganamos distritos que no teníamos como voto seguro, y ve nosotras lo logramos, por nuestro trabajo, por nuestra insistencia de estar tocando puertas y diciendo porque les convenía por ella votar, y como no los paga, haciendo que todas las gestiones que tramitemos nos digan que no, por ejemplo cuando el sismo del 19s mi colonia Lomas Estrella necesitaba muchas pipas de agua y te lo juro yo todos los días andaba en la delegación haciendo mis tramites y jamás ni una gotita me dieron.

Pero eso si cuando un día se le ocurrió a la Delegada visitar la colonia con tinacos, creerás que dijo que no los ocupábamos y se los llevo solo porque me ubico y solo nos dejó 2 paquetes de agua embotellada, ella nos ubica muy bien sabe a qué organización pertenecemos y quién es nuestra jefa.

Si me dio coraje al momento, pero ella sabe cómo trabaja la Unión de Lucha<sup>13</sup> y la verdad no le conviene que hagamos un desmadre en las calles, porque ella es la que saldría perdiendo dinero..."<sup>14</sup>

Auyero (1998<sup>a</sup>) señala que los intermediarios hacen favores a sus potenciales votantes, pero no están solos en esta tarea, tienen un círculo íntimo.

La resolución de problemas consiste en una serie de círculos que giran alrededor del referente, este está relacionado con los miembros de su círculo íntimo, por medio de lazos fuertes de amistad, parentesco.

---

12 JEFA DELEGACIONAL DE LA DELEGACION IZTAPALAPA

13 Mi entrevistada se refiere que cierran avenidas importantes de la Delegación Iztapalapa

14 Entrevista realizada e Promotora Política Colonia Xocongo octubre 2017

Este círculo íntimo ayuda a los intermediarios a resolver los problemas cotidianos de los habitantes de la comunidad.

Asimismo tienen un círculo exterior, los potenciales beneficiarios de las capacidades distributivas del mediador, se conectan con él cuando surge algún problema o cuando necesitan algún tipo de favor; pero no desarrollan lazos de amistad o parentesco. A pesar de que pueden asistir a los actos o reuniones organizadas por los mediadores, o incluso por ella en alguna elección interna no tienen una relación cercana con él o ella.

Para resumir los lazos que vinculan a los mediadores con su círculo íntimo son densos e intensos; mientras que los lazos que forman con el círculo exterior son más ocasionales e intermitentemente activados.

Tenemos entonces diferentes grados de contacto con el intermediario, un continuo que va desde relaciones cotidianas, a relaciones alternas, a ausencia de relación alguna.

Los intermediarios tienen las conexiones que les permite acceder al conocimiento sobre la distribución de recursos, gozan de una centralidad posicional, esta función es compartida por los diferentes tipos de mediadores que existen,

La centralidad del intermediario es que "un mediador político puede obstruir o facilitar el flujo de demandas, favores, bienes o servicios, desde o hacia un grupo" (Auyero, 1998:23)

El líder político ofrece su "ayuda" a los partidos políticos porque necesita recursos para mantener su red de seguidores y los candidatos la aceptan porque él tiene fuerza en la colonia. En palabras de uno de mis entrevistados "*no lo buscan por su cara bonita, sino porque jala gente*".<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Entrevista realizada a integrante de la Unión vecinal del Valle de Anáhuac enero 2018

El líder elige al partido que tiene probabilidad de ganar las elecciones o al que ya está en el gobierno porque, desde su perspectiva, éste será capaz de resolver algún problema en la colonia. Una forma de comprometer al político es participar en la campaña y organizar mítines

Desde esta perspectiva podemos explicar la relación, diciendo que a cambio de una vivienda o ayuda a su vivienda miembros de la organización se movilizan, siempre a pedido de la Jefa del PRD para apoyar a ciertos candidatos en procesos internos de elección o para protestar ante esferas de gobierno controladas por rivales dentro y fuera del partido

Los dirigentes en este caso actuarían como intermediarios, quienes reúnen el apoyo de las bases y lo ofrecen al partido político y quienes regulan hacia la base los bienes que el partido ofrece.

Por lo observado en trabajo de campo, cada promotora apoya a su grupo con las gestiones que le solicitan (pipa de agua, alumbrado, baches, etc.) el grupo le comenta donde se necesita y ellas son las que meten los oficios y todo lo necesario para que les resuelvan sus problemas en la Delegación.

Por lo tanto la gente está tranquila ya que ellos solo les dicen a ellas, y se encargan de resolverlo sin que ellos tengan que hacer filas para hacer los trámites.

- “,,, pues es que la doña (promotora política) es bien movida, a mí una vez me toco pedirle un alumbrado en la esquina de mi calle y es que yo llego en la noche y la verdad para que me asalten y me quiten lo poco o mucho que me gano, pues no se vale, verdad, por eso me acerque con la Doña y que será como en menos de una semana ya habían ido a arreglar, sé que corrí con suerte por la doña, que tiene

contactos en la Delegación, porque luego cuanto tiempo pasa para que le vengán a arreglar a uno los de la Delegación....”<sup>16</sup>

Además de lo anterior, cada que la promotora sabe que habrá un evento, en el cual, la ULVVA no les dará algún alimento a la gente, ellas son las que tienen que pagar de su bolsa, la comida, ya que comentan que si no existe algún incentivo, aunque sea un vaso de café, a la gente le cuesta más asistir, a pesar de que conocen los puntos que perderían por no asistir. Con esto buscan incentivarlos para que vayan, aunque entre la gente que forma parte de la ULVVA a las promotoras las consideran amigas, ellas tienen que demostrar su lugar en la relación, así que hablan con ellos de él porque no han asistido a los eventos, y aunque no les quita beneficios (dulces para día de muertos, entrega de pan de muerto, leche, azúcar, pintura) si los deja al último para que vean que es importante la asistencia

- “... mira mana la Jefa solo nos dice la hora y donde será el evento y nosotras le preguntamos si darán lunch, si es que no cada una tiene que ver que le dará a su grupo para llevarles algo a todos y no te cuesta dar porque al menos yo he tratado de formar un grupo que nos llevamos bien entre todos, pero eso la jefa no lo valora, y es tu sueldo, no es que la jefe nos dé más dinero para este tipo de cosas, verdad, pero ya sabemos cómo se maneja esto. Pero eso sí, si hay gente que a 2 eventos falta, yo si los castigo y los dejo al último, ve por ejemplo esta fecha que paso ( día de Muertos), si deje a 3 al último para la entrega

---

16 Entrevista realizada en Delegación Iztapalapa Barrio San Pablo octubre 2018}

de su pan, y para que valoren mana, si yo los apoyo, porque ellos a mí no...."<sup>17</sup>

Existen juntas que hacen las promotoras enfocadas en la ULVVA para dar avisos, explicar dudas.

Estas se realizan a finales de cada mes, cada promotora hace una estadística de cuantos eventos hubo en ese mes, con mínimo de 2 acompañantes para sacar un total de puntos y decirles a los integrantes como van, respecto a sus cuentas.

Hay personas que pueden estar en desacuerdo en cómo se trabajan en ULVVA y ella los ayudan para resolver los conflictos, para que su jefa no se entere que existen estos y las promotoras evitarse problemas en el trabajo.

Existe la posibilidad que en están juntas mensuales personas decidan no participar más con ULVVA<sup>18</sup> , por lo tanto tienen que conseguir una persona que las supla en caso de que se retiren. Por lo tanto cada vez que sale un folleto hacen grupos de 300 personas, de estas 300 personas se dividen las 10 promotoras y esperan que un nuevo integrante se una.

Si en algún grupo de las promotoras llegara a haber un problema que la promotora no pudiera resolver o mejor dicho no pudo tranquilizar (mis entrevistados comentan que surgen estos, porque no han visto un avance para conseguir vivienda, aunque siempre asistan y apoyen con los que le piden<sup>19</sup>), es cuando entra la jefa, pero solo exclusivamente cuando las promotoras no lo puedan resolver, de los demás que surgen, las promotoras tienen que resolverlos sin que la Jefa se entere.

---

<sup>17</sup> Entrevista realizada a Promotora Política en Delegación Iztapalapa noviembre 2017

<sup>18</sup> Entrevista realizada a Promotora Política en Delegación Iztapalapa septiembre 2018

<sup>19</sup> Entrevista realizada a integrante de ULVVA en Lomas Estrella Agosto 2018

La Jefa le dice a la promotora que tenga el problema que haga una reunión, para que ella pueda asistir y hablar con los integrantes del grupo y tratar de resolverlo.

Ella asiste a la reunión y les promete a los integrantes del grupo ayudarlos para acelerar el proceso de conseguir una casa, o alguna gestión, o también ofreciendo alguna ayuda social (si tienen a alguien intestado, viaje para el grupo).

Todos los integrantes aceptan, y solo se ponen de acuerdo a qué lugar visitar. Cuando se retira la Jefa, los integrantes le agradecen a la Promotora, que los haya ayudado, aunque en realidad no observen, que el problema no se resolvió. Pero tienen la noción de que debido a que asistió a verlos, hay más probabilidad que el grupo resulte ser de los beneficiados en el próximo predio que consigan.

Si por ejemplo, después de esta reunión hubiera un evento, la Jefa sigue apoyando a la promotora con el problema y es con el grupo con el que se va caminando y tomando fotos, para que vean que ella los seguirá apoyando.

Estas actitudes hacen que los integrantes de la ULVVA, sientan que los toma en cuenta, aunque antes de esto, no tuvieran una relación.

- “ mira ahora que vino la Jefe me ayudara para que mi grupo sienta que se le toma en cuenta, y se calmaran, pero a mí no sé qué me vaya a decir; lo más seguro es que me empiece a decir que si no puedo coordinar un grupo, que hable con ella y le diga que me está pasando, pero no piensa que, imagínate estar aquí y tu formar parte y que después de años de estar yendo a eventos para apoyar a algún candidato o mejor dicho al PRD, y que tu sigas sin ver una casa, pues cualquiera se hartaría y yo no les puedo mentir son mis vecinos, ni

modo que para calmarlos les diga si en un mes, ya tendrán su casa, pues no, pero ella no lo ve, ella vera solamente que no puse orden en mi grupo.."20

La jefa da recompensas a las promotoras en especial a las que tienen algún puesto en un comité vecinal, ya que tienen un puesto de poder en su respectiva colonia, estos beneficios son lugares para que su gente entre en algún programa social o al momento de repartir algún bien sean a las primeras que les toque.

Antes de empezar las precampañas electorales por su buen trabajo, las llevo a Acapulco con todo pagado, para que se" motivaran" a la hora de trabajar en la campaña ya que les pedía buenos resultados, para que todas pudieran seguir trabajando con ella.

Pero la recompensa más grande se da a las promotoras que les enseñaran su "ideología "que son máximo cuatro promotoras, a estas las escogen gracias al padrón que tiene cada una, a mayor número de gente en la organización, mejor oportunidad de que sean escogidas. Los jefes les ensañaban como era la forma de trabajar en la ULVVA dándoles consejos para que pudiera manejar a un mayor grupo de gente y ya no ser promotora política sino pasar a ser Coordinadora

Con esto quiero decir que les darán una base laboral para que puedan seguir trabajando con ellos, a estas personas si no tenían estudios, las mandaban a terminar su escuela hasta mínimo Bachillerato para que pudieran tener la base. Esta base será en alguna dependencia, como es el Centro de Transferencia Modal (CETRAM)

---

20 Entrevista realizada a promotora política Lomas estrella

Este tema provoca que dentro del grupo de promotoras hubiera muchas discusiones, y que se formaran 2 grupos: unas que se seguían dirigiendo con la Jefa y las que solo veían a la Coordinadora (Polette, hija de la Jefa).

- Ay mana ya cambio mucho la Jefa, ya tiene a sus lambisconas y no ve las cosas claramente, se está confundiendo en quien escogió para que siguieran con ella (darles un trabajo de base), ve Edith se iba a ir a trabajar con Morena y ahorita ya bien puesta para su trabajo. Y yo tengo mi dignidad mana, si quiero una base es porque me la he ganado, no por andan echando flores. Pero ya para que me enojo si ya las tiene, yo solo sé que cumplo mi parte y nos decimos adiós o si surge algo hasta luego. Ahorita para serte sincera no hay nada que gestionar en mi grupo, y yo que hago prefiero irme a pasear con mi grupo, meto mis papeles en la delegación y nos vamos. Prefiero eso a que estar haciéndole el quehacer a la casa de la Jefa, si con trabajo termino el mío, como para que vaya y ande haciendo por allá...."<sup>21</sup>

Estas últimas eran las que no estaban de acuerdo en la forma de escoger a las que tendrían base, debido a que decían que tenían más gente en sus grupos, y que si era por la educación ellas igual podían sacar el Bachillerato.

---

<sup>21</sup> Entrevista realizada a promotora política de UVLLA en Iztapalapa octubre 2018



IMAGEN 3 Promotoras Políticas de ULVVA en Metro Atlalico realizando campo para apoyar a su jefa la Diputada del PRD



IMAGEN 4 Promotoras Políticas en cercanías del Centro de Acopio en Colonia Xocongo



IMAGEN 5 Viaje que les regalo la Diputada del PRD a todas las promotoras en Acapulco

## **CAPITULO 3**

### **UNION DE LUCHA VECINAL DEL VALLE DE ANAHUAC**

#### **3.1 ORGANIZACIÓN CIVIL**

Antes de hablar sobre el lugar en que realice mi trabajo etnográfico me gustaría hablar sobre organización civil para que me ayude a explicar la organización en la que realice campo.

Un periodo que marco históricamente el desarrollo de la sociedad civil en la Ciudad de México fue el que se dio a partir del sismo de 1985.

Frente a la incapacidad del gobierno, los ciudadanos se organizaron para rescatar a los damnificados y organizaron brigadas por toda la ciudad. En medio de la emergencia se formaron relaciones y lazos de solidaridad que después se expresaron en la movilización política. Lo explica la investigadora Regina Hernández:

- "la población del Distrito Federal, que siempre había estado ajena y distantes ante las soluciones a sus problemas abrió los ojos para convertirse en una sociedad civil que alzo la voz para demandar mayor participación" (2008:242).

Para las personas que se involucraron en las brigadas de rescata, en la reconstrucción o con las organizaciones populares la experiencia significo una politización distinta a la que había existido hasta entonces. Como explica Bolos:

- El movimiento urbano creo una conciencia popular ciudadana caracterizada por la solidaridad y responsabilidad para conseguir bienes urbanos, la lucha por una democracia interna a la organización, como contra modelo a las practicas del sistema, el deseo de un cambio político y social al menos en la ciudad y el cuestionamiento de su carácter segregativo" ( 2006:79).

A partir de este momento surgieron diversos movimientos sociales que promovieron consultas ciudadanas para establecer acciones locales de desarrollo urbano, logrando de esta manera establecer convenios firmados por la Secretaria de Desarrollo Urbano y Ecología y más de 80 organizaciones populares para poner en marcha una política de construcción de la vivienda ( Rodriguez,2014:83).

Lo anterior se tradujo en nuevas experiencias de gestión social para los afectados durante el sismo así como se fueron integrando nuevas

demandas de los damnificados, como lo fueron las inquilinarias, la defensa de los barrios tradicionales, el respeto al arraigo de los habitantes a sus lugares de habitación y a la preservación de los espacios ligados a la cultura urbana (Álvarez, 2013)

Dentro del espacio local, surgían también movimientos de agrupaciones de ciudadanos con una gran cantidad de demandas, lo que reflejo la gran diversidad de problemáticas que existían y siguen existiendo en el país, con el fin de la resolución de necesidades particulares, de esta forma toman gran relevancia las organizaciones civiles en el plano local.

Las organizaciones civiles se han presentado con distintos objetivos e intereses desde el momento que toman gran relevancia en la vida política del país, por tal motivo a la hora de hablar de organizaciones civiles es necesario poder especificar a qué nos referimos al hablar de ellas

En el caso de México, la Ley Federal de Fomento a las Actividades Realizadas por Organizaciones de la Sociedad Civil (Ley de Fomento), las define como ‘todas las agrupaciones u organizaciones mexicanas que, estando legalmente constituidas no persigan fines de lucro ni de proselitismo partidista, político-electoral o religioso, sin menoscabo de las obligaciones señaladas en otras disposiciones legales<sup>22</sup>.

Con la definición podemos destacar que la Ley de Fomento reconoce a las OSC que están constituidas legalmente, es decir, que cuenten con acta constitutiva. Al ser reconocidas por la Ley de Fomento, las OSC pueden gozar de los incentivos fiscales y demás apoyos económicos y administrativos, que establezcan las disposiciones jurídicas en la materia<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Artículo 3 de la Ley Federal de Fomento a las Actividades Realizadas por Organizaciones de la Sociedad Civil.

<sup>23</sup> Artículo 6 de la Ley Federal de Fomento a las actividades realizadas por Organizaciones de la Sociedad Civil

Con esto defino a una asociación civil como un sujeto colectivo privado, constituido sobre una base jurídica por personas, siendo todas las actividades realizadas plenamente legales y primordialmente sin ánimos de lucro, con la función de promover la asociación, la salud, la cultura, la educación, la igualdad social y jurídica, los derechos humanos, el desarrollo local, el deporte, entre otros.

Las asociaciones civiles, como las de México, cuentan con una normativa o estatuto que delimita y rige el actuar de sus miembros o asociados, cumpliendo además con leyes preestablecidas por el Estado.

CUADRO 2 EXPLICACION JURIDICA DE LAS OCS <sup>24</sup>

<b>LEY</b>	<b>ACOTA OSC A DETERMINADA FIGURA JURIDICA</b>	<b>TIPOS DE OCS CONTEMPLADAS EN LA LEY</b>
<b>LEY FEDERAL DEL FOMENTO A LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL</b>	NO	“las agrupaciones u organizaciones mexicanas, que están legalmente constituidas, realicen alguna o algunas de las actividades a que se refiere(...) la presente ley no persigue fines de lucro ni de proselitismo partidista, político-electoral o religioso”
<b>LEY GENERAL DE</b>	NO	“Agrupaciones civiles y

<sup>24</sup> [www.icnl.org/programs/lac/mexico/](http://www.icnl.org/programs/lac/mexico/)

<b>DESARROLLO SICAL</b>		sociales, legalmente constituidos, en las que participan personas o grupos sociales con el propósito de realizar actividades relacionadas con el desarrollo social”
<b>LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA</b>	SI	“Instituciones de asistencia o de beneficencia (privada)” “Sociedades o asociaciones civiles, organizadas sin fines de lucro y autorizadas para recibir donativos [dedicadas a actividades específicas establecidas por la Ley, y en determinados casos, que se encuentren registradas bajo un ordenamiento específico y con aprobación de autoridad competente]
<b>LEY DE ASISTENCIA SOCIAL</b>	SI	“Las instituciones privadas de asistencia social legalmente constituidas”
<b>LEY FEDERAL DE PRESUPUESTO Y RESPONSABILIDAD HACENDARIA</b>	NO	“Asociaciones no lucrativas que demuestren estar al corriente en sus respectivas obligaciones fiscales, y que sus principales ingresos no provengan

Otra definición de sociedad civil que usare en mi investigación es la siguiente: "el tejido social formado por una multiplicidad de unidades territorialmente autoconstruidas y funcionalmente basadas, las cuales coexisten pacíficamente y resisten colectivamente la subordinación al Estado, al mismo tiempo que exigen inclusión dentro de las estructuras políticas nacionales" (Oxhorn 1995: 251).

En Particular, las sociedades civiles reflejan la capacidad que tienen los grupos desfavorecidos y los grupos marginados para organizarse por sí mismos. Es a través de esta organización autónoma que los grupos pueden definir y defender sus intereses y prioridades colectivas en competencia con otros actores de la sociedad civil, así como en las interacciones entre las organizaciones de la sociedad civil y el Estado.

El tejido social que define a las OSC necesita ser diverso para atraer las complejidades derivadas de la exclusión y garantizar que aquellos ciudadanos que están marginados o desfavorecidos tengan un papel que desempeñar en la decisión de las cuestiones políticas. Por tanto, si las sociedades modernas parecen no ser conflictivas es debido al papel que desempeña la sociedad civil en la mediación de los conflictos de manera relativamente pacífica, no porque el conflicto esté ausente.

El hecho de que las organizaciones de la sociedad civil estén autoconstituidas y disfruten de cierto nivel de autonomía frente a otros actores, en particular frente al Estado, implica que esas organizaciones representan efectivamente a sus miembros.

Es esta dimensión representativa la que da legitimidad a esas organizaciones, no sólo a sus respectivos miembros, sino también respecto a los otros actores. Esto, a su vez, significa que las organizaciones pueden ser interlocutoras eficaces para importantes segmentos de la población de un país.

Sus raíces en la sociedad y las conexiones con sus miembros son una forma de poder que es difícil de ignorar conforme la organización aumenta de tamaño y/o capacidad de movilización. Por el contrario, otros actores pueden esperar que las decisiones tomadas por los líderes de la organización en nombre de sus miembros sean respetadas por los mismos, lo que significa que no sólo vale la pena seguir las negociaciones con tales organizaciones, sino que son esenciales para mantener la paz social.

Las OSC se distinguen de los partidos y asociaciones políticas en que no buscan conquistar el poder político y por circunscribir su acción al ámbito social, es decir, por ser auto limitadas, median en la defensa y promoción de derechos ciudadanos frente al estado y gestionan políticas públicas ante autoridades y candidatos a puestos de elección popular (Cadena, 2004: 9).

La sociedad civil, se convierte en un mecanismo para mediar el conflicto y garantizar que se consideren los intereses y prioridades de las personas que representan a diferentes organizaciones.

La fuerza de la sociedad civil se refleja en el alcance y la profundidad de los derechos ciudadanos. En este sentido, dichas organizaciones han construido diferentes estrategias de acción y plataformas ideológicas que contribuyen en la posible satisfacción de las necesidades políticas, sociales y económicas que demandan.

Se puede mencionar entonces que para que se dé la formación de una organización tiene que existir un origen de carácter social y urgente, ya que una organización surge a partir de las carencias y quejas que ella no pueden ser toleradas por los ciudadanos, quienes deciden organizarse para entonces tomar cartas en el asunto.

Pero parece ser que la búsqueda de la resolución a sus demandas, se tiene que dar a partir de la interacción con los representantes del gobierno, y esto a su vez configura la forma de accionar de las organizaciones civiles, permitiendo así, la creación de las relaciones de "apoyo" entre tales organizaciones y los partidos políticos.

De lo anterior se puede decir, que las organizaciones civiles son el conjunto de ciudadanos que nacen a partir de varias problemáticas, con el objetivo de intentar ponerse en relación con el gobierno (de la Ciudad de México o Delegacional) e influir en sus decisiones para la resolución a sus demandas.

De esta forma el ciudadano encuentra más eficiente poder dar resolución a sus demandas por medio de la integración o participación en alguna organización. Vistas en su conjunto

- "constituyen un movimiento social de carácter cultural que se orienta a la intervención pública en la definición e implementación de políticas sociales. Se trata de un movimiento social en la medida en que los organismos civiles son resultado de la acción colectiva de actores sociales que comparten un conjunto de normas, principios, valores y capacidades técnico- organizativas, que en muchos casos tienen como objetivo deliberado incidir en la transformación de un orden social, político y económico que se juzga injusto, incorrecto o violatorio de principios fundamentales de orden ético" (Olvera, 2004: 39-40).

Las organizaciones civiles y las formas de participación se han presentado de una forma distinta, Tejera menciona que “En la ciudad de México se han reproducido condiciones político-culturales que obstaculizan la participación autónoma ciudadana, ya que tanto los contenidos formales de reconocimiento participativo (...) así como la participación en general, usualmente están acotadas por las relaciones políticas de intermediación clientelar” (2015: 28-29).

De esta manera, las organizaciones civiles se han ido convirtiendo en redes de control político, Rodríguez menciona que “ estas redes se han convertido en una pieza importante en las pugnas políticas de la capital del país, ya que diferentes facciones partidarias las han integrado a sus repertorios de acción proselitista, al asumirlas como una plataforma ideal para acotar la participación ciudadana y fomentar la desafección política con el objetivo de mantener su predominio en el nivel local” (2016 : 311).

Las organizaciones civiles han adquirido una característica distinta al considerarlo solamente de participación ciudadana<sup>25</sup>, es decir, tienen dos caras; por un lado, han sido el medio para la resolución de demandas de sus integrantes, pero por otro lado, también se han ido convirtiendo en una de los principales espacios donde los partidos políticos han encontrado una estrategia para ganar elecciones mediante su relación directa.

Las organizaciones civiles han pasado a ser uno de los espacios donde se forman relaciones clientelares, y donde se hace campaña en procesos electorales y no electorales, creando así, control político territorial dentro de las delegaciones de la ciudad.

A continuación explico la organización civil en la que hice mi investigación etnográfica:

---

<sup>25</sup> Se considera la participación ciudadana como “un conjunto de prácticas político – culturales para aumentar la injerencia y control en el direccionamiento de los recurso del Estado y, por ende su influencia en las decisiones gubernamentales que los administran” (Tejera, 2015: 188).

La unión de Lucha Vecinal del Valle de Anáhuac, A.C, surge tras el terremoto del 85, como forma de Organización de las personas vulnerables que se quedaron sin un techo tras el sismo. Dirigida por Armando Contreras Luna, su actual Presidente, es una Organización Político-Social, que vincula la Política con los Movimientos Sociales de la Ciudad y del País. Ha participado en movimientos importantes como la fundación del PRD; Organización de Colonos de las Delegaciones: Cuauhtémoc, Iztapalapa, Iztacalco, V. Carranza, Tláhuac, etc.; movilización en defensa del Proceso electoral del 2006, etc.

Ha sido parte importante en la entrega de más de 2000 acciones de vivienda de interés social en la Ciudad de México.

La unión de Lucha Vecinal del Valle de Anáhuac busca resolver las demandas ciudadanas, obtener vivienda digna, y contar con servicios justos y de calidad para la ciudadanía.

Ha impulsado Proyectos en las Colonias de las diferentes Delegaciones de la Cd. De México, como Senderos seguro, Luminarias de Poste corto. Su Autonomía ha servido para hacer cumplir a las autoridades Estatales y Federales compromisos Sociales con el Pueblo de México.

La gente se puede unir cuando ve algún folleto en la calle de las delegaciones Iztapalapa y Cuauhtémoc debido que en estas son en las que más presencia tiene la ULVVA, ya que a pesar de que tiene varios años, todavía es una organización que no es tan reconocida en otras delegaciones que no sean las nombradas.

Estos folletos son invitaciones para ayudar a entrar a la gente a un programa social o apoyo social en beneficio de algún problema .estos

apoyos sociales son: vivienda, servicios funerarios gratis, ayuda para personas intestadas, luminarias en las colonias, etc.

De estos apoyos los van separando respecto a cada problema, dando más importancia a los que están interesados en vivienda ya que esta organización está enfocada en eso,

- mira yo cuando empecé en la Unión fue debido a que mi vecina me comento que ella estaba en un grupo que ayudaban a todos y pues me dio una hojita y dije pues porque no y fui , en aquel entonces ( mi entrevistada tiene 6 años en la organización) había como 3 opciones para que te ayudaran y yo me decidí por la vivienda, pues imagínate tener una casita nueva, quien puede decir que no, y mi grupo es un grupo muy bonito, tal vez no soy de la tercera edad pero vieras como se pone bonito cada que nos vemos, ósea no es pesado ir a los eventos y demás cosas porque se te hace ameno al ir con todos y eso se agradece imagínate que me hubiera tocado un grupo donde me caen gordos, ay no, yo creo ya me hubiera salido"<sup>26</sup>

### **3.2. VIVIENDA**

La importancia y el valor social de la vivienda fue instituido en el marco del pensamiento occidental, pensamiento que cobro énfasis en México a partir de las afirmaciones que hiciera Hannes Meyer en la primera mitad del siglo XX, quien a su llegada a México , en el sexenio de Lázaro Cárdenas dejo claro que la arquitectura debía separarse de la búsqueda

---

<sup>26</sup> Entrevista realizada a integrante de Unión de Lucha vecinal en Delegación Iztapalapa febrero 2018

de la belleza para dar paso a valores distintos relacionados con la composición y la estabilidad social, creando un vínculo entre la política y el tema habitacional.

Así la vivienda se consideró un producto necesario que daba respuesta a un reclamo justo de la sociedad

La vivienda es un conjunto de estructuras de bienes, servicios intercambiables y articularles en el tiempo y en el espacio, cuya función es satisfacer necesidades y expectativas de refugio, soporte, identificación e inserción social de la vida doméstica, cumpliendo con condiciones específicas y propias de las pautas culturales, económicas y funcionales de la sociedad, en general y del habitante, integrado a la sociedad en particular.

En nuestro país el derecho a la vivienda se encuentra en párrafo quinto del artículo 4 de la Constitución Mexicana, que dicta "Toda familia tiene derecho a disfrutar de una vivienda digna y decorosa. La ley establecerá los instrumentos y apoyos necesarios a fin de alcanzar tal objetivo" ósea la ley solo establecerá el apoyo necesario para conseguir una vivienda.

A continuación explicare como trabaja la ULVVA para que los integrantes tengan la oportunidad de conseguir una vivienda.

En la organización de Lucha vecinal la gente que pertenece a esta, tiene que asistir a marchas por ejemplo del 2 de octubre, para exigir agua, etc., al asistir a estos eventos les dan puntos a los integrantes, estos tienen que juntarlos para poder entrar en algún predio y poder tener una vivienda.

Cuanto más puntos tengan más posibilidades tienen de acceder a algún predio que consiga la organización, estos predios ya están investigados por la organización, para que no tengan algún problema como puede ser que tenga dueño, estén intestados, entre otros.

- “ Pues mire señorita por venir a cada evento nos dan 25 puntos, siempre y cuando uno sea el titular, si yo llevo a mi esposa o hijos son 12 puntos por acompañante, entonces mínimo para poder tener una posibilidad de entrar a algún predio son 5000 puntos así que yo si me llevo a mi familia a los eventos, y hasta eso me ha ido bien si soy de los que mejores puntos llevo, y si sigo así yo creo que si consigo algún predio para el próximo año (2019) y es que si conviene estar con ellos, porque a mí no me han pedido dinero como en otras organizaciones que hasta solo por ir a una junta son 100 pesos y acá no, a lo mucho nos piden 15 pesos para ver las listas del mes, de cuantos puntos llevamos todos y yo si los pago para ver en qué lugar voy y que chance tengo de conseguir mi casita nueva”<sup>27</sup>

Si por algún motivo excede el precio del predio para la organización se les pide a los integrantes que apoyen, la coordinadora de las Promotoras Políticas hace hincapié que no es dinero que se quede la organización, ya que los depósitos se hacen en el INVI, por lo tanto se les pide a toda la gente que cuide bien sus depósitos, ya que se le devolverá el dinero integro si alguien decide ya no estar más en la organización, para los demás será a cuenta de su departamento descontándose de su total del precio que deberá pagar por él.

Si son alguno de los beneficiarios al tener lugar en algún predio, los llevan al INVI para que puedan verificar que no cuenten con alguna propiedad. Si hubiera alguien que tuviera alguna propiedad se cancela su lugar y si hubiera dado algún deposito se le regresa el dinero integro.

Si tienen ya un lugar en el predio, los puntos que llevaban se les eliminan y comienzan de nuevo, pero ahora los beneficios son para ver en qué

---

<sup>27</sup> Entrevista realizada a integrante de unión de lucha vecinal del valle de Anáhuac Septiembre 2018

edificio y piso quieren su departamento; ya cuando se les entrega la vivienda nuevamente comienzan de nuevo pero ahora porque les brinden ayuda para tener las escrituras de su vivienda.

Por lo tanto, la ULVVA no pierde gente al momento en el que ya consiguió algún predio para construir las viviendas para los integrantes de la organización, ya que siguen buscando beneficios para que la gente siga con ellos y no los deje de apoyar.

- Ay hija pues gracias a Dios ya tengo mi casita nueva, yo si fui de las que me aplique y mira mi premio, es que haz de cuenta que desde que le entre me propuse aplicarme a no faltar y estar para lo que me pidieran y en realidad no fue mucho tiempo en la que lo conseguí (lleva 6 años en Unión de Lucha vecina), pero no te creas si fue difícil porque ya teniendo un lugar asegurada te quitan todo lo que llevabas y si dices y ahora; porque te desgastas fue mucho tiempo invertido para lograr hacerme de mi casa y ese tiempo no regresa y la verdad ya no soy una muchachita para andar caminando en marchas o andar grite y grite, pero mira tal vez no soy de los primeros edificios , pero me quede en los de en medio y segundo piso así que no son muchas escaleras las que tendré que subir, ósea a fin de cuentas en mi caso si me sirvió pertenecer a la Unión porque ya tengo una casa, ósea pagare para que sea mía, no para andar haciendo rico a alguien pagándole rentas...."<sup>28</sup>

Con esto me refiero que existe gente que ya cuenta con alguna propiedad por lo tanto no podría acceder a una vivienda nueva, pero la

---

28 Entrevista realizada a integrante de Unión de Lucha vecinal Delegación Cuauhtémoc 2017

Unión de Lucha los puede ayudar con los arreglos que necesite su actual casa (arreglos en techos, ventanas, paredes, etc.).

Los jefes de la Unión de Lucha comentan que son trabajos pequeños, por lo tanto, se les da pronta solución, dicen que la gente al ver que se les ayuda a su vivienda de manera pronta, comenta con otros familiares y vecinos, y esto hace que más gente se una a las filas de la organización.

Debido al sismo del 19s la ayuda a la vivienda fue de otro modo, en la Colonia Xocongo cerca del metro Pino Suarez la diputada del PRD puso un centro de acopio debido a que unos edificios que se encuentran en esta colonia fueron desalojados y como todavía no les decían si podían volverlos a habitar estaban la gente afuera de estos.

La gente ahí decía que gracias a ella (diputada del PRD) tenían que comer y donde dormir así como poder olvidar que no tenían un lugar donde dormir, en este centro de acopio el promedio de gente era de 50 personas en un principio, pero como fue pasando el tiempo varias familias decidieron irse con algún familiar, y estas se volvieron solo 18, que eran los que no querían irse para que no les fueran a robar sus pertenencias de sus viviendas.

Debido a esto, la gente comienza a mostrar un apoyo hacia la organización, debido a que los beneficiados por este centro de acopio lo ven como un favor y por ello, sienten que tienen que pagarles este favor, y lo hacen al mostrar apoyo hacia la Diputada del PRD.

- “Yo sé que tú nos ves y puedes pensar en que les beneficia estar aquí después de tanto tiempo, y si a lo mejor en nada, pero al menos sé que nadie me está quitando lo mucho o poco que tengo dentro de mi casa. Las señoritas (Promotoras Políticas) nos han ayudado a olvidar lo

que vivimos con el sismo, y por ejemplo que echamos la platicada, o que ya nos hicieron de comer o como la señora Lourdes (promotora política) con ella siempre ando jugando domino y me entretengo y se me va el día, , pero para serle sincero antes yo no conocía, ni sabía nada de ellos, jamás en mi vida había escuchado acerca de la ULVVA pero ahora después de ver cómo me están ayudando, si los apoyaría para cualquier cosa que necesite la jefa. Y es que imagínate hija no sé cómo aparecieron en esta Colonia o porque decidieron a nosotros apoyarnos, pero no cualquiera lo hace, y yo si le agradezco a la Diputada toda esta ayuda que nos ha brindado debido al sismo"<sup>29</sup>

### **3.3 PARTIDOS POLITICOS**

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 estos al ejercicio del poder público, de acuerdo con los programas, principios e ideas que postulan y mediante el sufragio universal, libre, secreto y directo<sup>30</sup>.

Para Sartori (1980), los partidos políticos son cualquier grupo político que se presenta a competir en elecciones y puede sacar en ellas candidatos a cargos públicos, mientras que para Duverger (2001), con el nombre genérico de partidos políticos, se designan realidades sociológicas

---

<sup>29</sup> Entrevista realizada a habitante de Centro de Acopio. colonia Xocongo 09 noviembre 2017

<sup>30</sup> <http://www.ine.mx/archivo3/portal/historico/contenido/informacion>

distintas, con una estructura interna diferente que en contextos sociales distintos funcionan de manera diversa, y que se explican a partir de factores como los históricos, geográficos, económicos, sociales y religiosos.

Los partidos políticos son instituciones importantes en la forma en que socializan políticamente los individuos y las organizaciones sociales, ya que proporcionan información política, económica o social a través de sus representantes (líderes o dirigentes) con el fin de legitimarse políticamente.

Entendiendo la legitimación como la capacidad que tienen los partidos de generar y mantener entre sus representados la creencia de que son los más calificados para solucionar sus demandas y expectativas, para ello a los recursos disponibles.

La legitimidad política que obtenga el líder político al interior de una organización civil, por su labor como representante, intermediario, asesor es de máxima importancia tanto para el partido como para él.

En el primer caso, debido a que es una forma de obtener militantes y simpatizantes para el partido; en el segundo, porque es una forma para ascender políticamente mediante la obtención de cargos en la administración pública o en el partido mismo.

La legitimidad política no solo se obtiene a partir del ascenso obtenido, sino del reconocimiento que le otorguen los militantes y simpatizantes, de acuerdo a los resultados del desempeño de su labor y el mantenimiento de su apoyo hacia estos. Uno de los espacios creados por el partido y líder para obtener legitimidad política, así como militantes y simpatizantes son sus organizaciones partidistas ubicadas en colonias, unidades habitacionales o zonas barriales.

Ayata (1998:70) considera que el partido político es un medio muy importante para establecer la relación clientelar. A nivel ideológico el partido crea un fuerte sentido de pertenencia, pero también crea mecanismos para establecer redes en las cuales los recursos son preferencialmente distribuidos.

Por lo que, en ocasiones los ciudadanos creen que cuando hay tiempo de elecciones, sus demandas pueden ser rápidamente satisfechas y los bienes prontamente obtenidos porque los políticos necesitan su apoyo.

Los partidos políticos en la realidad y en el caso mexicano, no son más que instituciones formadas por grupos de personas exclusivas de la elite, entre los que existe una rotación por el poder.

Si bien los partidos políticos tienen la finalidad de promover la participación de los ciudadanos en la vida democrática, ha sido a partir de la mala administración que han tenido, por medio de la cual han ido generando una desconfianza entre los ciudadanos.

La página del INE menciona que "solo los ciudadanos podrán formar partidos políticos y afiliarse libre e individualmente a ellos", algo que actualmente no pasa, la afiliación a algún partido político por parte de los ciudadanos se da a partir de la relación con distintos actores sociales que cumplen un papel de intermediación.

A partir de esto, la forma de hacer política de los partidos políticos, en la Ciudad de México se ha ido modificando, han generado nuevas estrategias para intentar incidir en las decisiones de los ciudadanos, una de las principales estrategias llevadas a cabo por los partidos políticos ha sido la búsqueda de relaciones clientelares con distintos actores sociales.

Esta estrategia ha permitido generar una base social muy importante para los partidos políticos, y que si bien no es la única que ese presenta en los procesos electorales, ha tenido una gran importancia en estos, siendo una condición casi necesaria para ganar elecciones.

En mi trabajo de campo, la organización con la que hice mi trabajo etnográfico es un grupo afín al Partido de la Revolución Democrática (PRD) sus líderes son personajes que desde hace varios años tienen lugar en el Partido.

EL Partido de la Revolución Democrática se formó por distintas fuerzas de los sectores más vulnerables de la sociedad mexicana, junto integrantes de la vieja izquierda mexicana, así como sindicatos y personajes provenientes de movimientos sociales o grupos populares.

Rápidamente obtuvo cargos importantes en la administración pública, los cuales sirvieron de contrapeso a las decisiones gubernamentales.

Hilgers (2005) señala que el PRD se ha sostenido en el poder en la Ciudad de México desde que en esta ciudad fue electo uno de sus líderes, por primera vez en 1997.

La autora, considera que el partido ha ejercido influencia principalmente en los sectores pobres de la ciudad. Asimismo señala que este reconocimiento electoral de facciones y líderes se observa en prácticas clientelares.

La autora atribuye el apoyo de los ciudadanos por el control directo de los líderes de las organizaciones o por sentimientos individuales de agradecimiento, esto explicaría porque el agradecimiento es un elemento en la cultura mexicana, donde los favores y las buenas acciones son regresados.

Incluso considera que el partido de Revolución Democrática nace en un contexto clientelar, ya que en 1988 se forma el Frente Democrático Nacional encabezado por Cuauhtémoc Cárdenas y otras figuras que rompieron con el PRI.

Las políticas del PRD han tendido a centrarse más en ganar las elecciones internas que en crear una plataforma de partido con el cual derrotar a otros partidos. En el caso de las elecciones internas son los militantes del PRD quienes determinan la posición del grupo o corriente dentro del partido

Sánchez (1999:88) comenta que “en el caso del PRD la guerra de facciones en su interior es enconada y permanente y, por lo mismo muy comprometedora en cuanto a imagen pública y eficacia organizativa. Sobre todo si nos percatamos de que semejante contienda, más que a cuestiones ideológicas, tácticas o estratégicas, ha obedecido casi siempre, a una disputa por las recompensas (económicas y de status) que proporciona el poder y nada más.”

Tina Hilgers (2005) acerca del Partido de la Revolución Democrática (PRD) señala que debido al faccionismo interno, así como la larga historia y la cultura clientelar en la política mexicana, las actividades de los políticos y las actividades partidarias con frecuencia fundan o establecen relaciones clientelares.

Definiré a una organización partidista como un conjunto de militantes y simpatizantes dirigidos por un representante, conjunto que mantiene en su interior diversas demandas y expectativas personales o colectivas, en estas organizaciones, sus miembros han aceptado compartir bienes colectivos.

Como lo describe Jaime Castrejón, usualmente se integra por los siguientes niveles:

- Directivos y sus cuadros que realizan actividades de organización, desarrollo, labor didáctica de propagar la ideología o los bienes colectivos, detección de las inconformidades de la ciudadanía y creación de las plataformas políticas y estrategias electorales
- Militantes que participan del trabajo del partido, pero no en la creación de políticas; estos promueven y difunden los bienes colectivos y apoyan la consecución de objetivos de los cuadros o dirigentes para promover los bienes selectivos.
- Simpatizantes son quienes gustan de un partido político y sus propuestas, pero no participa directamente

Jaime Diez (1995:189) señala que los partidos políticos buscan atraer la simpatía de la ciudadanía hacia sus posiciones, puntos de vista, práctica costumbres a través de sus líderes o dirigentes. Una de las estrategias más utilizadas para el mantenimiento de las organizaciones, es el establecimiento de relaciones clientelares y de reciprocidad tanto para mantener a sus militantes como para atraer el mayor número de simpatizantes posibles.

En el caso de la ULVVA los jefes escogen a cuatro promotoras para que sigan la ideología y que dicen enseñarles.

Pero Con esto me refiero a que son las promotoras que mejor padrón tengan, y que mejor sepan manejar los problemas que surjan en sus grupos, los jefes de la ULVVA las escogen para poder darles una base en su trabajo, y que sigan trabajando con ellos y seguir teniendo la gente que está por alguna promotora de las que escogieron y sabiendo que con esto, ahora tienen que conseguir más gente que se una a ULVVA.

Si alguna de ellas no tuviera el mínimo de nivel de estudio (Bachillerato) para poder darles la base en el trabajo, las ayudan a que lo consigan, mandándolas a cursos de CENEVAL

Ya consiguiendo que estas promotoras tengan el mínimo nivel de estudio, hacen que asistan a clases de Política en la Delegación en la que estas tienen que haber aprobado el curso, sin descuidar su "trabajo", ya aprobando les da la base.

Los jefes de ULVVA lo llaman "ideología" cuando en realidad es solo una oportunidad para ambos; Ellos de no perder gente y seguir aumentando su padrón, y las promotoras que saben que tendrán una estabilidad laboral.

Para evitar problemas internos con sus demás promotoras, la diputada PRD les promete que en cuando tenga una oportunidad para meter a todas con base, ella lo hará. Muchas de ellas no le creen, pero saben que mientras no les diga la jefe que ya no trabajen con ella, tienen su fuente de ingresos segura.

A pesar de los que les dice la Diputada PRD surgen problemas internos, entre las promotoras, debido a que ellas no saben bien bajo qué criterio escogieron a las que tendrán base, ya que algunas afirman tener más integrantes o tener más años trabajando con la Diputada PRD, debido a esto las que no tendrán base ni trabajo seguro, piensan en terminar su contrato con la diputada PRD y buscar con algún otro diputado algún trabajo.

- mira hija yo entiendo que no a todas nos podrán dar base para el año que viene, sabía que era por el tiempo contratado, pero te hacen trabajar y para que, para que escojan solo a las que andan de lambisconas con la Jefe, pues no se vale, yo soy una de las que más

gente trae a la ULVVA y para que, por eso prefiero terminar en buenos términos y tan tan. Y la verdad prefiero buscar algo que me salga con algún otro diputado, ya no sé si de promotora política porque en realidad ya soy coordinadora, imagínate andar jalando tanta gente, pues ya es difícil en estos tiempos, nadie cree en la política, mucho menos en los Partidos y ve yo ahí ando viendo cómo hacerle para seguir aumentando mi padrón, que igual una se hace de mañas trabajando aquí y consigues gente, y en caso de que no lo consiguiera, siempre está mi familia apoyándome si no llevo a mucha gente a los eventos, pues ahí va conmigo mi familia, y sin darles nada, saben que es mi trabajo y podía traerme problemas con mi jefa si no llevo tal cantidad de gente a los eventos y ellos me apoyan y van conmigo si lo necesitara...."<sup>31</sup>

A partir que en 1997 hay un cambio en el partido del gobierno del Distrito Federal, implicó una reorganización debido a que varios de los líderes priistas optaron por incorporarse al PRD llevando consigo sus prácticas, otros se aliaron al gobierno y sus dirigentes se incorporaron a diferentes puestos administrativos, en este caso las relaciones clientelares comenzaron a reproducirse.

Como explica Lucía Álvarez se estableció "una relación de tipo clientelar a partir de vínculos preestablecidos con las facciones internas del PRD, con antiguos líderes de organizaciones que lograron insertarse en el aparato o con diputados locales, en el cual la gestión y la incondicionalidad política van de la mano" (Álvarez, 2004:122).

---

31 Entrevista realizada a Promotora Política septiembre 2018 Delegación Iztapalapa

En la implementación de servicios se siguió otorgando un papel central a los intermediarios que forman parte del partido en el poder y estaban subordinados al gobierno. Para Alicia Ziccardi;

- “estos espacios e instrumentos de participación fueron funcionales con el estilo de gobierno instrumentado por el PRD en 1997, el cual actuaba reconociendo intermediarios sociales y territoriales, tales como ocurría en el pasado, pero sumando ahora a las entonces organizaciones no gubernamentales cuyo trabajo en la ciudad ya tenía peso. Por ello, el gobierno electo no logro superar las prácticas clientelares heredadas del Estado Corporativo construido por el PRI, las cuales prevalecen en la relación gobierno- ciudadanía” (Ziccardi, 2006:95).

La multiplicidad de grupos y organizaciones populares que se integraron al PRD en su origen se articularon en “corrientes” que luchaban por las candidaturas o los puestos del gobierno.

Una vez que el PRD asumió el poder en el DF la lucha de estas corrientes empezó a darse de manera clientelar en una competencia por gestionar recursos y formar clientelas para competir también en las elecciones internas del partido.

Para posicionarse al interior del partido las corrientes necesitan ganar en las elecciones internas y para ganar en las elecciones internas necesitan recursos del gobierno que les permitan formar clientelas.

Como explica Tejera “la consolidación de estos grupos corporativos en cimentada en bajar gasto social hacia sus integrantes y, en menor medida, a la ciudadanía cercana a su red política, con el objetivo de expandir su influencia hacia nuevos sectores” (Tejera, 2012:28).

Las corrientes del PRD se convirtieron en los espacios encargados de gestionar los recursos, obtener plazas en las delegaciones y en los actores para tener interlocución con el gobierno.

En las colonias, los mercados, los barrios se fue estructurando una nueva red clientelar. La relación entre los ciudadanos y el gobierno se vio mediada por los intermediarios con los que es necesario contar para gestionar y solucionar los problemas cotidianos.

Los intermediarios son los encargados de traducir las demandas de la gente y llevarlas al Estado, utilizando sus relaciones con el gobierno. Operan también como guardabarreras que administran los recursos públicos y deciden sus ritmos y sus formas. Es en base a esa intermediación que se construyen los liderazgos políticos a nivel local por parte de las estructuras partidistas.<sup>32</sup>

En la ULVVA los jefes no tienen una buena relación con todas las facciones, debido a que no tienen la misma ideología y por lo tanto no concuerdan en su forma de mirar al país.

En esta organización no tienen buena relación con dos facciones: “los chuchos” y la actual delegada de Iztapalapa, debido a que estos, en algún momento tuvieron alguna diferencia con los jefes de ULVVA.

- ...” nosotros somos un grupo afín al PRD, pero puedo decirte que no con todas las facciones congeniamos, por ejemplo con los chuchos y la actual delegada de Iztapalapa, no tenemos la misma manera de pensar, para buscar mejoras en el País.
- Más algunos problemas que surgieron entre la Delegada y mi mama, pues no hay un trato cercano, si cordial pero hasta ahí. Y no por mi

---

<sup>32</sup> Paladino (2010:93).

mama (diputada del PRD). porque mi mama es la mujer que menos se toma las cosas personal, y eso me hace estar muy orgullosa de ella, no creo que haya alguien que pueda discutir con alguna persona y al otro día saludarla normal y mi mama es así, y eso lo admiro demasiado. ya que yo no puedo, para mi antes que su puesto esta mi mama, ósea yo en ese momento soy más explosiva si alguien se mete con mi mama, se vuelve una persona con la que nunca quiero tener contacto, no digo enemigo porque entiendo en donde me muevo, en qué lugar trabajo y no puedo ir por la vida así, pero al momento claro que reacciono, por ejemplo yo sé que alguien discutió con mi mamá, al otro día ni los buenos días le doy..."<sup>33</sup>

### **3.4 PROPUESTAS DE LA UNION DE LUCHA VECINAL DEL VALLE DE ANAHUAC**

Los jefes de la Lucha de Unión Vecinal con los que pude tener contacto en campo, comentan que tienen una ideología que viene de las corrientes del socialismo y comunismo, y es a partir de esta, que tienen esta noción de ayudar a los demás sin buscar algo a cambio.

La forma en que opera la organización de ULVVA, en tiempos no electorales ha sido a partir de la idea de ayudar a los integrantes con "gestiones", esta práctica es bien vista por todos los integrantes ya que mencionan que "los toman en cuenta, que si se preocupan por ellos", en realidad lo que buscan es hacer que la gente tenga idea, de que siempre la organización está trabajando en beneficio de ellos, con esto pueden reforzar su credibilidad y confianza hacia ellos.

---

33 Entrevista realizada a Coordinadora de Promotoras Políticas en Delegación Iztapalapa octubre 2018

La relación que mantienen con el PRD les permite obtener recursos, pero también ir poco a poco a posicionarse socialmente dentro de las zonas en las que tienen presencia, para poder seguir expandiendo su base social.

La organización de ULVVA no opera a partir de los recursos que obtiene del gobierno, sino en este caso debido a que tienen proyectos de vivienda, son proyectos propios que pueden permitirles tener recursos económicos, para el mantenimiento de la organización así como para ampliar los integrantes que forman parte de ella.

- Platicando con la coordinadora de las promotoras políticas, comenta que debido a que se encargan de proyectos de vivienda, ellos tienen que ir a buscar predios, después de los integrantes que tienen más puntos, a ellos los juntan para informarles del predio y con el dinero que tendrían que aportar de no poderlo comprar, recalcando que ese dinero el INVI lo tomaría en cuenta, a la hora de empezar a pagar sus rentas
- Comenta que en las juntas ya se empieza a cobrar cuota a los integrantes pero solo cuando ya se tiene el predio, que ya sería para la organización, explicándoles que tiene que mantenerse la organización para poder conseguir más proyectos de vivienda, ya que la organización de ULVVA cada día va ganando más integrantes y por su ideología que tienen, dicen tener la obligación de buscar más predios para que toda la gente que forma parte de la ULVVA pueda tener su vivienda propia."<sup>34</sup>

Estos proyectos que consigue la ULVVA permite que los integrantes, tengan una relación ciudadanos – organización, porque les están ofreciendo el apoyo para conseguir una vivienda, debido a las necesidades que actualmente existen, así que es muy difícil que esta relación se rompa.

---

<sup>34</sup> Entrevista realizada a coordinadora de promotoras políticas en Delegación Iztapalapa septiembre 2018

Los integrantes tienen una relación de intercambio, que los jefes de ULVVA llaman "trabajo" ya que tienen que llevar a cabo las actividades que la organización requiera, así como "militantes" en este caso del partido PRD. Sirven como base social para distintos eventos políticos, ya que también se requiere de capital social para ejercer presión en el espacio público.

El objetivo principal que lleva a cabo la ULVVA es de generar relaciones clientelares, los más de 20 años que tiene la organización, impulsando proyectos de vivienda, pueden traducirse en 20 años de alianza de los participantes y la ULVVA, en hacer presencia en eventos sociales y políticos, de ser base social para el PRD.

La organización de ULVVA mantiene relación con representantes del partido y del gobierno, con los cuales tiene que estar en contacto y mantener una buena relación, ya que por ellos, son que obtendrán los programas sociales y recursos sociales para poder seguir operando en el espacio público, gestiones y resolución de problemáticas sociales que los ciudadanos demanden.

- " Mira hija yo tengo casi 15 años en esto de la política y no ha sido un camino fácil, porque empecé sin saber nada, de cómo moverme para que me resolvieran una gestión o hasta para entrar a la Delegación no sabía ni a donde ir, ósea a mí me buscaron cuando era jefe de manzana de mi colonia y le quise entrar para ayudar a mis vecinos, y te soy sincera creo que el tiempo ha hecho que hayan cambiado mis ideales , ya que ahorita solo lo veo como trabajo, mira hija es que con el tiempo la verdad cambian los ideales, no son los mismos que cuando empecé en la política , y por eso ahorita ya no me ven la cara, voy a la Delegación y ya me ubican y ubico, ósea ya se con quién ir para que me resuelvan

rápido, y en parte de que yo no soy una persona problemática, ósea si tú me echas la mano, yo también te ayudo...."<sup>35</sup>.

Los partidos políticos han sido quienes dan los recursos a la ULVVA para que puedan otorgarlos a los integrantes.

Con estas prácticas se observa una relación interesante, ya que no son directamente los partidos políticos los que dan este tipo de "intercambios" a los ciudadanos, porque saben que existe una desconfianza por parte de estos, con el sistema político.

De esta forma se buscan a otros actores sociales como las organizaciones civiles, para que sean ellos quienes estén constantemente generando los lazos de reciprocidad con los ciudadanos.

Cuando es tiempo electoral la organización de ULVVA trabaja de distinto modo, debido a que pueden hacer campaña, antes del tiempo permitido, debido a que su condición de organización civil se los permite.

En este último periodo electoral en el cual pude observar, primero trabajaron de manera interna para el PRD, ya que antes de que salieran los candidatos oficiales, los jefes de ULVVA apoyaban a candidatos que competían para ser los candidatos oficiales.

En este caso le mostraron su apoyo a Miguel Ángel Mancera y Armando Ahued,<sup>36</sup> ya que existe una relación de amistad de los jefes de ULVVA con ellos, y gracias a esta amistad pensaban que de ganar, estos candidatos, podrían darle más beneficios de los que ya tienen.

Los jefes de ULVVA de igual manera compitieron internamente, Armando Contreras por el Distrito 28, y Francis Pirin buscaba ser elegida por el partido para competir por la Alcaldía de Iztapalapa, solo el quedo elegido.

---

<sup>35</sup> Entrevista realizada a promotora política en Delegación Iztapalapa agosto 2018

<sup>36</sup> Hablare de los eventos en apoyo a estos candidatos en el siguiente subtema. Del capitulo

Debido a que tanto como Miguel Ángel Mancera como Armando Ahued no fueron los candidatos oficiales, la ULVVA tuvo que apoyar a Alejandra Barrales y Karen Quiroga.

En realidad la Organización de ULVVA si realizo trabajo de campo<sup>37</sup>, pero para apoyar a su Jefe Armando Contreras, Ricardo Anaya y Alejandra Barrales, con quienes decían no compartían ideología pero buscaban seguir teniendo los beneficios que habían tenido, gracias a que desde el año 1997 el PRD gobernaba la ciudad.

- "...Tal vez con todos(candidatos) no tengamos buena relación, y si no te mentiré nosotros como organización teníamos a nuestros candidatos que apoyábamos, pero al momento en el que resulto que no quedaron elegidos, tenemos que cambiar todos los planes que hubiéramos podido pensar, y ahora a apoyar a los que fueron los candidatos, y si tú me puedes escuchar y pensar que nos olvidamos de nuestra ideología, de nuestra forma de pensar en particular, ósea nosotros como la gente a mando de la organización estamos haciendo lo que nos diga el partido, pero no es así, en realidad es porque todos necesitamos apoyo y que mejor que tenerlo para seguir apoyando a los integrantes que forman parte de ULVVA, a mí me gustaría que quien quedara electo, nos apoyara con los predios, y demás gestiones, y si aunque en un principio no compartimos ideología, respecto a los modos porque estoy segura que cualquiera que quede, su prioridad será la ciudadanía y eso hace que el que sea elegido, tal vez viendo nuestro apoyo, el de igual manera no los brinde ..."38.

---

37 Para Karen Quiroga no realizaron apoyo debido a que ella tiene una unión con otra organización civil

38 Entrevista realizada a Promotora Política octubre 2018

Las promotoras como los integrantes de ULVVA sabían que este año electoral, significaba más trabajo para ellos, los integrantes al saber que tendrían más eventos para asistir, que como comentan, resulta benéfico para ellos, ya que es una oportunidad para aumentar sus puntos y estar entre los próximos para ser tomados en cuenta en el próximo predio que consigan.

En cambio las promotoras sabían que este proceso electoral resultaría más difícil, ya que es más difícil convencer a la gente de votar, tanto por la apatía de los ciudadanos, y porque la gente ya solo busca que es lo que ganara por votar por los candidatos que apoya la ULVVA.

- Mira hija en realidad este periodo electoral fue muy difícil, para nosotras como promotoras, porque a la gente ya no la duermes, ahora haciendo campo, puerta que tocábamos, puerta que nos preguntaba que les daríamos, o de plano gente que ni te dejaba explicarles de tus candidatos solo te decían mi voto será por Obrador, y estas cosas la Jefe no las ve, a ella le importaba que sumáramos gente, y ya. Era obvio que perderíamos todo, ósea mientras nosotros teníamos ya por mucho 15 votos seguros, la gente de Morena sin mentirte unos 40 y tal vez ni siquiera la gente, sabían las propuestas de todos los candidatos, ni la de Obrador, pero era gente que se fue por la figura que representa Obrador
- Nosotras como promotoras fue un trabajo muy difícil porque a los candidatos que teníamos que apoyar, no tenían actitud para ganarse a la gente, ahora imagínate nosotras tener que hacerles

promoción pues menos y de plano sin mentirte yo dije ni siquiera acabo la campaña, la Jefe nos sacara por los resultados....”<sup>39</sup>.

### 3.5.2 EVENTOS

En esta última parte explicare algunos de los eventos a los que pude asistir, todos eran de apoyo a candidatos del PRD, en ellos pude observar como la promotora de cada grupo les decía las acciones que debían realizar a las personas que pertenecen a la Unión de Lucha Vecinal del Valle de Anáhuac, que son por ejemplo llevar gorra y playera del Partido PRD, cartulinas a favor del candidato y la porra base de la Unión de Lucha vecinal

*“Se ve, se siente la Unión está presente...”*

El primer evento al que pude asistir fue de entrega de viviendas por parte del INVI y de ULVVA. En este evento solo podían entrar la gente que recibiría las llaves de las viviendas, y gente que perteneciera a la ULVVA debido a que ese predio, lo compro la organización.

A este evento llegaron los jefes de ULVVA, el arquitecto que hizo las viviendas, así como el ex jefe de Gobierno de la Ciudad de México, ellos serían los encargados de entregar las viviendas.

En el momento en el que fue el evento, el Partido PRD estaba eligiendo quienes serían los candidatos para estar en las votaciones internas y escoger quien sería el candidato a la presidencia,, y el ex jefe de Gobierno era uno de los nombres que más fuerte sonaban.

---

<sup>39</sup> Entrevista realizada a promotora política Septiembre 2018

Debido a esto, el jefe de ULVVA decidió que en el evento, sería el lugar idóneo para demostrarle que tenía su apoyo y de la ULVVA para que el fuera el candidato a la presidencia del país.

En respuesta el ex jefe de Gobierno de la CDMX dijo que agradecía el apoyo de todos, y que esperaba que las cosas salieran a favor, y de ser así, tanto los jefes de ULVVA, como el arquitecto y el, Seguirían trabajando juntos, y pedía a la gente su apoyo, diciendo que a él le gustaría tener predios para que toda la gente que forma parte de ULVVA tuviera casa, así como que no se desesperaran, ya que justo al lado del predio donde entregaron las viviendas, empezarán a hacer otras viviendas , en Iztapalapa de igual manera ya tenía información de 2 predios más, con esto la gente empezó a comentar que querían de igual manera que fuera el , el candidato a la presidencia, porque les convenía para que el los ayudara con los predios y así poder obtener su vivienda.

Después de esto, resulto que no sería el candidato, debido a que con la coalición que formo el PRD, PAN Y PT, ellos tendrían el candidato a la ciudad de México, y el PAN el candidato a la Presidencia.

Imagen 6 CEREMONIA DE ENTREGA DE VIVIENDAS DE ULVVA



Con esto la ULVVA escogió ahora quien sería el candidato a quienes apoyarían para ser el candidato para jefe de gobierno de la CDMX y el elegido fue Armando Ahued, ya que los jefes de ULVVA y el tienen una relación de amistad.

En el evento de Armando Ahued ya se podía ver a la gente de ULVVA llevar cartulinas, playeras, etc. para apoyar al pre candidato, en los eventos de Armando Ahued además de gente de ULVVA, había personas que forman parte del sector salud, que de igual manera mandaron a apoyarlo en su campaña.

- "... Pues mira yo soy parte del programa Medico en tu casa, y mi jefa de mi centro de salud, nos mandó para acá para apoyar al Sr. Armando Ahued y acá estamos, que en realidad no creo que gane porque nosotros lo conocemos debido a que somos parte del sector salud, pero ahora gente que no pertenezca no tiene una idea de quién es el, y los otros candidatos que están compitiendo con él, pues no la tienen fácil, porque tampoco son personas conocidas, así

que será parejo, y la verdad, a nosotros en nuestro caso nos conviene que el gane, porque tal vez pudiera haber más oportunidades de crecimiento en el trabajo, y ve por ejemplo solo por venir hoy, ya me darán un día para poder faltar a trabajar, ahora imagínate si gana...". 40

Debido al apoyo que recibió el pre candidato por parte de la ULVVA, de igual manera agradeció el apoyo y como parte de su discurso de campaña, devolvió el apoyo a la organización a decir que la gente de ULVVA tendría servicio médico gratis de ser elegido el candidato por la CDMX.

Imagen 7 INICIO DE CAMPAÑA DE ARMANDO AHUED EN PLAZA LAZARO CARDENAS



40 Entrevista realizada a ciudadano en evento Plaza Lázaro Cárdenas diciembre 2017

La ULVVA lo acompañó en toda la campaña pero de igual modo, no resultó ser el candidato, sino Alejandra Barrales, razón por la cual decidieron apoyar a la candidata oficial.

En este caso hicieron trabajo para apoyarla pero de una manera muy discreta, debido a que solo iban a apoyar a la candidata cuando era algún evento grande, en realidad el trabajo más pesado, lo hicieron las promotoras políticas así como los integrantes de la ULVVA a favor del jefe de la ULVVA .

Para realizar el apoyo se dividieron las promotoras en todo el distrito 28, tocaban de puerta en puerta en las colonias para explicarles las propuestas, pero fue difícil ya que no les abrían la puerta o en otros casos solo les abrían para decirles que votarían por Morena.

Al informarle de esto a la Diputada del PRD les exigió realizar asambleas para que ella pudiera ir y hablar con la gente acerca del candidato, las promotoras lo hicieron pero fue donde la jefa pudo darse cuenta que nadie asistía, por lo tanto solo les pedía seguir haciendo su campo, y que trataran que no se les fuera el voto seguro que tenían.

- Pues fíjate para apoyar a Armando Contreras fue muy difícil, en las colonias del Distrito 28 no nos abrían la puerta o sino solo no las abrían para decirnos que votarían por Morena, y la jefa nos exigía asegurar voto y como le hacíamos, entonces en la noche por WhatsApp, todas le informábamos que no nos estaba yendo nada bien, y te lo aseguro que ella pensaba que solo nos hacíamos y no buscábamos el apoyo para Armando, y fue entonces que nos pidió realizar asambleas, y ahí nos ves consiguiendo mesa, haciendo carteles invitando a la gente, y el día de la asamblea todo vacío, a

lo mucho que serán unas 7 personas, ahí fue cuando le bajo la Jefe y ya nos dejó de exigir, solo nos pedía que no perdiéramos al voto seguro y así le hicimos, pero fue muy cansado estar camine y camine para nada, pero en fin, así es esto de la Política<sup>41</sup>.



---

41 Entrevista realizada a promotora política en Iztapalapa en septiembre 2018

Imagen 8 EVENTO PARA APOYAR A ARMANDO CONTRERAS LUNA EN IZTAPALAPA

## **CONCLUSIONES**

Las relaciones clientelares tienen un papel importante dentro de la política, debido a que los ciudadanos buscan obtener un beneficio inmediato, es decir no están preocupados por un cambio nacional, sino solo por el que los rodea o incluso el particular, y es a partir de estas relaciones clientelares que encuentran la oportunidad para satisfacer sus necesidades inmediatas.

Antes los ciudadanos podían comprometerse con los candidatos, por medio de acuerdos para darle solución a sus demandas, ahora en los últimos años ya no se intentan relacionar con lo que les dará, sino con el

que les dio o les da en el momento del intercambio, lo que los puede hacer pensar y expresar “este si cumple”.

Las formas actuales de participación ciudadana, dentro de una estructura política como el de la Ciudad de México, han propiciado que la participación individual sea poco eficaz y no tenga gran peso social para incidir en las acciones gubernamentales, de esta manera los ciudadanos se ven en la necesidad de tener que relacionarse con los intermediarios políticos, ya que esta relación les permite negociar apoyo político a cambio de gasto social. (Tejera, 2010).

Por esto, las organizaciones civiles son la opción más fácil para que los ciudadanos, encuentren la resolución a sus problemas, a partir de esto, estas organizaciones cada vez han tenido mayor presencia en la ciudad.

Tal vez estas organizaciones no tengan gran peso a nivel general, pero son una de las distintas formas en las que se presentan las relaciones clientelares en el País.

Las organizaciones civiles puede decirse que están en una búsqueda para ampliar sus relaciones de control, tanto territorial como social. Una de las maneras de hacerlos es de quitarles a los integrantes de la organización, la representación de sus propios problemas sociales.

Esta forma de operar, ha sido a partir de la búsqueda de diversos problemas sociales entre distintos actores, intentando con sus promotoras, tratar de incidir y hacer presencia a partir del discurso, que si bien, las promotoras políticas les resuelven los problemas, en realidad para la organización es una forma de ganarse a la gente y de ampliar su base social para tener mayor presencia.

La organización civil de Unión de Lucha Vecinal del Valle de Anáhuac lleva a cabo sus proyectos propios, pero podemos mencionar que es

verdad que se les ofrece a los ciudadanos un beneficio, o podría decirse, la resolución a un problema social y particular, como lo es la vivienda; pero a partir de esta organización obtienen recursos, ya que se les pide a los integrantes apoyos monetarios en juntas o reuniones que realizan, con estos proyectos de vivienda se puede observar cómo se generan las relaciones clientelares.

Esta relación clientelar dentro de Unión de Lucha Vecinal del Valle de Anáhuac se genera entre los jefes, las promotoras políticas y los integrantes que conforman la organización. El intercambio de “trabajo” y la reciprocidad que existe, son fundamentales para el fortalecimiento de esta relación clientelar.

En mi trabajo etnográfico los jefes de ULVVA, apoyaban las candidaturas de los candidatos elegidos por el PRD, pero otorgaban un trato preferencial a los que eran sus amistades.

En medio, las promotoras políticas gestionaban recursos del gobierno, como apoyos o programas sociales, en la ULVVA los integrantes de esta organización reciben estos apoyos de manera libre pero con un compromiso relativamente implícito de retribuir políticamente a sus jefes, con movilización política, asistiendo a mítines, actos de candidatos, así como en las campañas electorales.

Pude darme cuenta en mi investigación que existe una estructura informal en la que el poder se distribuye otorgando recursos y programas sociales entre la población. Ligando la participación política a la gestión de recursos públicos a través de una red de intermediarios.

La participación política está articulada siempre con la gestión de recursos, es decir la gente no participa en la política por ideologías, sino para atender sus necesidades, y obtener recursos del Estado; desde el inicio la

gente no participa de manera libre sino lo hace por la necesidad de contar con algún tipo de respaldo para acceder a un servicio en este caso una vivienda.

Los jefes de ULVVA, las promotoras políticas y los integrantes de la organización existen si y solo si existen el uno para el otro. Por ejemplo las promotoras políticas necesitan a los jefes de ULVVA y a los integrantes para poder seguir manteniendo su trabajo.

Hablo sobre trabajo ya que en realidad es la forma en la que participan en ULVVA, los jefes de ULVVA buscando predios, las promotoras trabajando con la gente que forma parte de la organización y los integrantes que trabajan para conseguir lo necesario para conseguir su vivienda.

Podemos concluir señalando que dentro de un proceso de intercambio de trabajo entre todas las partes que conforman la Unión de Lucha Vecinal del Valle de Anáhuac, la reciprocidad que existe entre todas las partes, es el elemento que mantiene y reproduce la relación, además de que este, es un incentivo para seguir manteniendo un compromiso entre todas las partes.

## BIBLIOGRAFIA

Álvarez, Lucia. (2013) *Distrito Federal: sociedad, economía, política y cultura*, CEIICH- UNAM, MEXICO.

Auyero, J. (2001). *La política de los pobres. Las practicas clientelistas del Peronismo*. Manantial, Buenos Aires.

Bey, M. y Combes, H. (2011). El intercambio en política. *Desacatos*, núm. 36, mayo – agosto.

Cadena, Jorge (coord.) (2004). *Las organizaciones civiles hoy web*. CEIICH – UNAM. México.

Canto, Manuel. (2004). *La disputa teórica sobre las organizaciones civiles. Un asunto político – ideológico*. CEIICH- UNAM

Castro, Pablo (coord.) (2008). *Procesos políticos contemporáneos*. México, Porrúa/ UAM

Combes, Helene. (2011) ¿Dónde estamos con el estudio del clientelismo? *Desacatos*, núm. 36, mayo- agosto.

Duverger, Maurice, (1992). *Influencia de los sistemas electorales en la vida política*. En Albert Batlle, *Diez textos básicos de ciencia política*, España, Ariel.

Hagene, Turid (2015) *Debatiendo conceptos con metodología etnográfica: el caso del "clientelismo político" y la "compra de votos"*: *Nueva Antropología*, vol. XXVIII, núm. 83, julio- diciembre, pp. 47-71. México.

Hernández Celis, Nadia A. También somos del pueblo: estrategias de campaña y personalización política. Tesis de Licenciatura, UAM-Iztapalapa.

Hernández Romero, José F. (2013). "Todo lo que hacemos aquí es trabajo político". Tesis de licenciatura, UAM-Iztapalapa.

Olvera, Alberto J. (2004). Representaciones e ideologías de los organismos civiles en México: crítica de la selectividad y rescate del sentido de la idea de sociedad civil. CEIICH-UNAM.

Rodríguez, Emanuel, (2004) ¿Ciudadanía o clientelismo?: paradojas de la intermediación política en las arenas de la política social. En Luis Rodríguez, Sergio Enrique Hernández y María del Carmen Ventura (coords.), Democracia, Cultura política y ciudadana en el México de hoy, UNAM.

Sartori, Giovanni (1980), Partidos y sistemas de partidos, Alianza Editorial, Madrid. (versión original 1976).

Segura Pérez, Víctor M. (1999) "Clientelismo y comportamiento electoral: Un estudio de caso, del Partido de la Revolución Democrática (PRD) en la delegación Política de Tláhuac, D.F, "Tesis de Licenciatura, UAM-Iztapalapa.

Tejera Gaona, Héctor (2009): "Prácticas políticas, imaginarios y ciudadanía: las disonancias entre cultura y democracia en la Ciudad de México". Revista Mexicana de Sociología, Año 71, Núm. 2, abril-junio.

Tejera, Héctor y Castro Pablo (coords.) (2010) Participación y ciudadanía en México, Juan Pablos / UAM, México.

Trotta, Miguel (2003). "Las metamorfosis del clientelismo". Edit. Espacio, edición 1