

EL VOTO CLIENTELAR, UN OBSTÁCULO PARA LA DEMOCRACIA EN MÉXICO

**Ponencia para el XXIII Congreso Nacional de Estudios Electorales
Tepic, Nayarit México, Noviembre 2012**

**Dra. En Sociología Guadalupe
Trejo Ávila. Puebla, Pue.
guada03buap@yahoo.com.mx**

Diversos contextos económicos y políticos han sido el escenario para que fluyan relaciones desiguales de intercambio clientelar, las cuales, acentúan el poder de los patrones y aminoran las libertades de los clientes. Éstos, reinventan subjetividades de pertenencia y subordinación, que les hacen aceptar los beneficios otorgados a fin de mejorar sus condiciones de vida, que por lo general, presentan niveles de precariedad y exigua escolaridad.

Por un lado, el clientelismo constituye “un mecanismo de ayuda y protección que forma parte de la resolución de problemas de las clases populares, un elemento dentro de una red de relaciones cotidianas” (Auyero, 2004:29); por otro, representa ventajas mutuas entre participantes desiguales “bajo un contrato diádico con obligación recíproca entre individuos de poder desigual” (Rouquié, 1982:62-63). Ciertamente, el intercambio que ofrece apoyo al cliente para resolver sus problemas no sería preocupante en la práctica social; el inconveniente radica cuando el patrón toma ventaja de la relación y obliga al cliente a que responda, cuasi voluntariamente o condicionado, a su petición.

Desde esta perspectiva que hace alusión a un conjunto de lazos de dominación y sumisión, donde el cliente se subordina a los deseos del patrón por gratificaciones o servicios, y concretamente en el terreno electoral, cuando se intercambian votos por beneficios, versa el análisis del presente trabajo. Partimos de la definición de clientelismo y específicamente de clientelismo electoral, como una relación de poder desigual y personalizada en que se intercambian sufragios por favores o recompensas. Esta práctica informal que desalienta la participación y subordina los derechos de los ciudadanos, desvirtúa la democracia. Básicamente, nos referimos a los principios de la democracia representativa, que desde la visión schumpeteriana, arguyen que las elecciones para ser competitivas deben cumplir con las reglas procedimentales de transparencia y equidad.

En el trayecto de este documento se construye una secuencia histórica de la cultura política nacional mexicana y la forma en que han permeado, dentro de las relaciones de poder,

la conversión de recursos. Analizamos los vínculos de reciprocidad clientelar que se han extendido en el paisaje político y social durante décadas, controlados por el estado y el aparato de movilización electoral: el Partido Revolucionario Institucional (PRI); bajo el contexto de sistema partidos hegemónico y predominante a la sombra oficial de un régimen autoritario, de capitalismo incipiente y modelo neoliberal.

Retomamos la idea schedleriana que arguye sobre la existencia del clientelismo como un mal que se ha extendido en México y el problema número uno de la corrupción. Mencionamos el carácter cambiante y dinámico de las redes clientelares, quienes, al no recibir ayuda y protección de los patrones, unen sus fuerzas para increparlos e incluso rechazarlos a través de la acción colectiva. Como sucedió en las elecciones de 1988, cuando los mexicanos cambiaron las reglas del orden político y no votaron por el PRI, sino por el Frente Democrático Nacional (FDN). Resaltamos que actualmente el clientelismo no es una práctica *sui generis* del priismo; en realidad se ha convertido en la fuerza de movilización electoral de otros partidos como el de Acción Nacional y el de la Revolución Democrática.

Finalizamos con una breve exploración de las últimas contiendas electorales, en que las reglas del juego apuntan hacia la práctica asidua del intercambio clientelar, a través de los programas de asistencia social (seguro y becas) y las grandes recompensas que otorgan los partidos políticos en campañas (bienes y servicios).

I

El clientelismo es una estructura de poder político que entreteje relaciones informales de intercambio vinculando a individuos de poder desigual, es un instrumento de dominación personalizado que subsiste a través de consensos establecidos por el modelo económico neoliberal. Básicamente, las relaciones asimétricas que comprometen a los clientes a determinados arreglos con el patrón, “son producto de las reglas impuestas por el imperialismo” (Negri y Cocco, 2006: 165). Estas relaciones de intercambio difícilmente tienden a ser disueltas porque la persistencia de la desigualdad y el control de los actores subordinados, ante los intereses del patrón, desde mi punto de vista son el sustento del capitalismo.

En el espectro electoral, el clientelismo se manifiesta como un poder de movilización a través del intercambio de votos (compra de votos) por beneficios, que pueden ser bienes económicos: servicios, concesiones, educación, salud y vivienda. Con base a éstas

componendas, el cliente está obligado a depositar en las urnas el sufragio a favor del patrón, creando cierta dependencia mutua que inhibe la renuncia a los lazos de reciprocidad.

El problema del intercambio es la desigualdad que subsiste y el acto de dominación que prevalece, en la medida que, quien otorga beneficios (patrón), condiciona el voto del ciudadano (cliente). En esta relación personalizada cuando el sufragio es cooptado o manipulado y en ocasiones coaccionado, no sólo se desalienta el desarrollo de la participación y “se falsifican las expectativas electorales” (Rouquié, 1982:50), sino son subordinados los derechos políticos de los electores.

Desde la perspectiva schumpeteriana, sólo a través de la competencia electoral transparente y legal se puede construir una democracia. El voto es una condición importante para elegir a los representantes que deban dirigir la sociedad, siempre y cuando sea emitido bajo las reglas procedimentales de transparencia y equidad (Schumpeter, 1983:243). El respeto al sufragio universal y elecciones competitivas, garantizan la credibilidad que los electores le confieren al gobierno e instituciones.

II

En México, la lucha por alcanzar la democracia aparece como una utopía persistente. El voto clientelar constituye en la memoria histórica la herencia de la cultura política nacional que se expandió en el seno del PRI, “una verdadera herramienta de control de masas y movilizador de campañas electorales que aseguraba el poder y lo conservaba para sus dirigentes, distribuyendo los ingresos entre los que gobernaban y trabajaban para el mismo” (Ward, 1998:103).

El PRI (o partido oficial) se creó bajo la sombra del estado autoritario, pluralismo acotado y sistema de partidos hegemónico que -desde la perspectiva sartoriana- “nada lo compromete para actuar con responsabilidad ni pone en tela de juicio su dominación, no permite el disenso efectivo ni enfrentamiento abierto” (Sartori, 1991: 285). Su función se avocaba al curso de la movilización electoral clientelar, afianzando lazos verticales de subordinación política por “favores privativos a cambio de apoyo político” (Romero, 2007:13). Era una máquina casi perfecta procesada por la elite política y los intereses del incipiente capitalismo, que mantenía una relación muy estrecha al ejecutivo de la nación. El más cercano al partido oficial, el Partido Acción Nacional (PAN), criticaba el mundo de

corrupción y la manipulación de la política priista, pero asumía como “oposición leal” desde una ideología civilista y democrática que sólo atraía a algunos sectores de la sociedad.

Si la movilización corporativo-clientelar no se hubiese presentado era muy probable que los ciudadanos no asistieran a votar, ya que de antemano se sabía quién iba a resultar electo. La movilización de electores a través del intercambio clientelar se fue convirtiendo en una práctica tradicional en el México posrevolucionario. El discurso fetichista de democratizar al país se legitimaba con el apoyo a demandas de trabajadores y campesinos agremiados a las centrales laborales: CTM, CNC, CROM, CNOP y CROC¹; éstas centrales en su carácter mediador “fueron las figuras cardinales de la producción, reproducción y de manera especial, de la distribución de bienes y servicios”(Hernández, 2006:124)

Realmente la lucha por el proceso democratizador en México resultaba ficticia ante la coexistencia del autoritarismo burocrático y un sistema de partidos hegemónico. La burocracia al servicio de la clase dominante, la negociación con las organizaciones laborales para que aprobaran el comportamiento del sistema a cambio de satisfacer sus demandas y el freno a cualquier iniciativa de “oposición legal”, producía confusión e incertidumbre. Finalmente, no se trataba de convencer o concientizar a la sociedad sobre sus derechos políticos y participación democrática, sino de manipular y generalizar el conformismo y apatía. Con el tiempo, la “clientela receptiva” creó un sentido de identidad y pertenencia que se convulsionó cuando la capacidad del partido oficial de resolver problemas y proveer bienes o servicios se fueron abatiendo.

III

La funcionalidad de la movilización corporativa y clientelar que durante décadas benefició a las cúpulas estatal y partidista con apoyos políticos y dividendos electorales, deteriorando las estructuras social, política y económica del país, reveló los primeros síntomas de decadencia ante el fracaso del modelo económico que “de 1940 y 1945 mostraba el alza de precios en promedio de 14.3%, los salarios permanecieron constantes e incluso perdieron el 50% de su poder adquisitivo” (Reyna, 1979:11). La escasez de recursos y la falta de cumplimiento a los derechos sociales y bienes necesarios para resolver problemas de subsistencia, enarbolaron un

¹ Confederación de trabajadores de México (CTM), Confederación Nacional Campesina (CNC), Confederación Regional Obrera Mexicana (CROM), Confederación Nacional de Organizaciones Populares (CNOP) y Confederación Regional de Obreros y Campesinos (CROC).

discurso oculto que se fue consolidando con la generalización de creencias y la movilización inminente.

Significativos movimientos sociales urbanos emergieron censurando las contradicciones del régimen para dirigir al país. Maestros, médicos y otros actores sociales desarrollaron sus propias estrategias de lucha para lidiar contra el estado, cuando los beneficios corporativos otorgados por él ya no correspondían a sus aspiraciones de ascenso social. La lucha democrática se consolidó en las bases de los trabajadores que habían disfrutado de las bondades del sistema, y que consideraban legítima en función de que le habían brindado lealtad y obediencia por décadas. Entonces el carácter cambiante y dinámico de las redes se cumplía: “los clientes responden con la amenaza a la reputación del patrón-mediador cuando éste no está siendo efectivo, incluso pueden utilizar la acción colectiva en su contra (Ayata, 1997:54).

Como respuesta apremiante a la crisis estructural que envolvía al país y con la preocupación de que las redes clientelares retornaran al redil, el gobierno implementó algunas medidas de control a través de mecanismos y programas de asistencia social -incremento de dependencias centralizadas, impulso al “milagro mexicano” y la creación de la Compañía Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO)-; pero su intento de apoyo fue superado por la disyuntiva nacional agobiada por la corrupción y el autoritarismo. Para Javier Romero los recursos y dádivas de los programas y dependencias fueron canalizados para incluir a las masas en la política, se movilizaron multitudes a través del acarreo clientelar con frecuencia conformado por los más pobres a cambio de comida del día, convirtiéndose en la representación ficticia del apoyo popular (2007:12).

Con la premura de recuperar la legitimidad y democratizar al régimen después de los hechos consumados con los movimientos urbano y estudiantil del 68, el gobierno reencauzó sus acciones hacia el beneficio del campo y las zonas desprotegidas del país. Entonces, el corporativismo clientelar que le dio frutos al régimen por décadas era relevado por el clientelismo asistencial bajo reglas similares: los beneficios de los programas por sufragios en las urnas. En definitiva, el gobierno se esforzó por ganar apoyo popular mediante el aumento

del gasto público sobre todo durante la bonanza petrolera. Sin embargo, los síntomas de inestabilidad económica eran perceptibles²

Pero la crisis política más severa que aterrizaba con la llegada de gobiernos tecnócratas, fue evidente en la estructura interna del PRI. El comportamiento del partido oficial como eje de un régimen autoritario durante décadas y que reproducía en su interior las mismas prácticas, era cuestionado por clientelas postergadas. Brotes de lucha que emanaban de la organización impugnaban los procesos de selección de líderes y la práctica de reglas no escritas que ensombrecían los intentos de democratizar al partido. En realidad, “la lucha de las clientelas, una vez reducida la capacidad del régimen para repartir rentas de manera arbitraria, fue uno de los ejes de ruptura del PRI en 1988” (Romero 2007:13).

IV

La imposición de Carlos Salinas de Gortari como presidente de México demostró la inutilidad del sistema corporativo de movilización electoral, ya que el PRI perdió parte del electorado de base. Los programas sociales y apoyos políticos no pudieron detener el carácter dinámico y cambiante de las clientelas, que otorgaron sus votos al FDN y al PAN. En realidad la fuerza que mostrara el partido oficial a través del cauce corporativo y movilización electoral no rindió los frutos esperados y sí en cambio originó una avalancha de deslegitimidad.

En términos rouquierianos, el resultado del escrutinio no daba cuenta de la actitud de las elecciones políticas, sino de la realidad de las relaciones sociales (Rouquié, 1982:66). Los ciudadanos acudieron a las urnas para castigar al PRI, depositando su confianza en la oposición. La retribución de bienes a cambio de votos no produjo compromisos ni vínculos de obligación, en verdad resultó contraproducente ante la atracción carismática del líder opositor al régimen, quien convenció a las clientelas más arraigadas del sistema.

La crisis de hegemonía del partido oficial que era inminente y rompía progresivamente con los vínculos de gobernantes y gobernados, daba apertura a un nuevo *ethos* en la evolución del sistema de partidos: el predominante, que a través de los lentes sartorianos, se caracteriza porque la competitividad es permisible, hay pluralidad partidista y aunque no se da precisamente la alternancia, la presencia de más partidos ofrece la oportunidad de haberse

² El número de pobres creció de 40% al 60%; el salario mínimo tuvo una caída de 40%; la economía creció – 4% anual y para 1985 34 de cada 100 personas trabajaban Aguilar, Camín y Meyer, Lorenzo (2005), *A la sombra de la Revolución Mexicana*, Cal y Arena, México. pág. 269.

opuesto al predominio del partido gobernante (Sartori, 1991:157). Su advenimiento prometía la pluralidad partidista, reformas electorales y la apertura democrática anhelada.

Para democratizar y legitimar su gobierno Salinas de Gortari creó el Programa Nacional de Solidaridad (PRONASOL), que “en términos políticos se convirtió en un aparato de movilización electoral vertical, con capacidad de reclutar clientes que creaban nuevas redes” (De la Peña, 2002:391). La operatividad del programa estuvo destinado a considerar actos de ayuda excepcionales que respondían a necesidades vitales como alimentación, educación, y justificar en cierta medida los derechos políticos ciudadanos. “A cambio de préstamos y repartimiento de productos básicos, el pueblo votaba por el PRI, ganando las elecciones con el programa y no en las urnas (Cajiga, 1998:21).

V

Los gobiernos posteriores al salinismo trabajaron asiduamente con los programas asistenciales empleando un discurso democratizador de apoyo e impulso a los sectores vulnerables; pero en realidad, amenazaba con el retorno a mecanismos movilizadores de control clientelar electoral y recomposición política. En 1997 surgió el Programa de Educación, Salud y Alimentación (PROGRESA) que dejaba en la sala del abandono a PRONASOL pero que reproducía las prácticas acostumbradas en el viejo sistema clientelar (apoyo directo a la presidencia por las clases populares), y como señala De la Peña, fueron revitalizados por el gobierno de Fox (2002, 374).

La lógica atrás de PROGRESA era individualista y paternalista, ello significaba que los funcionarios públicos decidían lo que debían hacer los indigentes para salir de la pobreza y a estos sólo les quedaba cumplir, a menos que quisieran perder el subsidio. (Soria, 2002:74). Lo cierto es que este programa como los anteriores sirvieron de instrumento político con marcados fines electorales, construyendo consensos para aliviar los efectos neoliberales y beneficiar a funcionarios del programa; al final, resaltaban la figura presidencial y del partido oficial.

Bajo el sistema de partido predominante y frente al gobierno de la alternancia, la transición a la democracia era palpable, pero sólo en el imaginario ciudadano; realmente, el gobierno panista se inclinó por mantener el *statu quo* del orden político económico y social. A

la usanza priista revitalizó mecanismos clientelares y corporativistas no sólo para ganar comicios, sino para impulsar el modelo neoliberal que arrojó más pobreza y desempleo.³

En el marco de las elecciones federales de 2003 caracterizadas por la coacción y compra del voto por parte de los tres principales partidos, según Alianza Cívica (AC), surgió OPORTUNIDADES, programa que sucedió a PROGRESA

alejaban de los principios de civilidad y democracia por los que se constituyó. “Lamentablemente es como cuando el PRI nos hacía fraude: nosotros decíamos que hubo fraude y el PRI, de manera cínica decía: compruébenlo” (Delgado, 2007:26).

VI

Para Schedler “el clientelismo electoral se ha convertido en una práctica habitual en México” (2004: 71). Los partidos políticos optan por reproducir mecanismos de intercambio desigual para competir no por ideologías, sino por votos y nuevas clientelas que fortalezcan sus bases sociales. “En distritos electorales más competitivos y zonas rurales los funcionarios de altos niveles son los más proclives a intentar manipular el voto ciudadano. Tienen a la mano presupuestos y operadores que tejen redes clientelares para asegurar el apoyo electoral a su partido. Frecuentemente, incurren en desvío de fondos públicos para cumplir sus propósitos. (Ramírez. 2006:1)

Para resarcir estas formas antidemocráticas, en México se han creado leyes que penalizan la coacción o manipulación del sufragio garantizando así el voto universal, personal, secreto e intransferible. Los artículos 402 y 407 del Código Penal enfatizan la prohibición de solicitar credenciales, transportar votantes en jornadas electorales, pago de dádivas por votos o amenazas por sufragar (DOF-IFE, 2002). Además, se ha creado la Fiscalía Especializada para la atención de Delitos Electorales (FEPADE) que canaliza las denuncias de la ciudadanía para sancionar oportunamente la violación a la legalidad del sufragio.

Desafortunadamente, las contiendas electorales están plegadas de irregularidades que señalan continuamente el intercambio de votos por recompensas, y sobre todo, el condicionamiento de programas sociales que constituye la resolución de problemas de miles de mexicanos. Ciertamente, los ciudadanos son libres de cruzar sus preferencias políticas; sin embargo, la precariedad y el olvido en que perviven los inducen a olvidar sus derechos políticos y optar por el intercambio, aunque sólo resuelva la penuria de un día.

Es incuestionable que el clientelismo se incorpora precisamente a los pobres e ignorantes que viven en una escasez generalizada, en espacios olvidados por el desarrollo y crecimiento económico donde sus derechos políticos y sociales no cuentan ni se ejercen cotidianamente. Precisamente, la capacidad limitada de obtener bienes necesarios para resolver sus problemas rutinarios de subsistencia, ha sido un factor fundamental para que aflore el clientelismo. En conclusión, el comportamiento de los actores sociales que buscan el

apoyo y protección de ricos e influyentes para obtener beneficios y con ello sentirse amparados, es el resultado de un *ethos* cultural que obedece a ciertas creencias y valores y se establece bajo las reglas consensadas por el poder que domina.

En esta investigación sustentamos que los sufragios inducidos bajo arreglos clientelares, manipulados o coaccionados, violan las normas constitucionales y desvirtúan los principios de la democracia basados en la libertad y voluntad de los ciudadanos para elegir. Ciertamente, los ciudadanos “se congregan para llevar a cabo su voluntad” (Schumpeter, 1983:21), pero ésta no debe ser inducida ni condicionada sino sujeta a las disposiciones de una verdadera competencia: voto razonado, responsable y autónomo.

Resulta pertinente mencionar que en la última contienda presidencial en México (2012) se repite parte de la historia de hace seis años. Hoy día, no solo se señalan irregularidades en el conteo de votos, urnas vacías y “electores fantasmas”; además, se denuncia el intercambio de recompensas materiales y el condicionamiento de los programas sociales por el voto. La oposición de izquierda (Movimiento Progresista) ha manifestado que “la elección fue inequitativa: acusó a medios de patrocinar a Enrique Peña Nieto y de entregar tarjetas por \$230 millones” (*Reforma*, 3-VII-2012:1); señaló que “los topes de campaña fueron rebasados y existió el canjeo de votos del PRI, con tarjetas repartidas un día antes de la contienda” (*La Jornada*, 2-VII-2012: 3). Además, la dirigencia panista declaró que en la jornada electoral hubo una sofisticada compra de votos en que pueden estar implicados gobernadores emanados del PRI”(*El Universal*, 9-VII-2012:1).

Si las denuncias de los partidos políticos cuentan con evidencias y son comprobadas se estaría violando la legalidad de la elección y los principios del Art. 41 Constitucional, que sustentan la validez de los comicios en términos de libertad y equidad (CPEUM, 2010:42-46). Una hipótesis *a priori* del último proceso comicial en México aduce que, si la contienda electoral estuvo plegada de irregularidades y sobre todo por el intercambio de votos por favores, es una elección antidemocrática; porque pone entre dicho la legalidad, competitividad y el respeto a la participación ciudadana. Es pertinente considerar que “un sistema no es democrático en la medida que no permite oposición en las elecciones, o que la oposición sea presionada o censurada para que no haga lo que pretende...y cuando los votos son manipulados o mal contados” (Huntington, 1994:20). Si la elección no es calificada con

imparcialidad, justicia y apego a la legalidad se percibe una involución y, la esperanza de coexistir en un país democrático, estará muy lejos de consumarse.

A MODO DE CONCLUSIONES

El clientelismo es un instrumento de poder que polariza las relaciones informales de intercambio obedeciendo a las reglas de desigualdad, explotación y subordinación impuestas por el neoliberalismo. El voto clientelar desvirtúa la democracia porque es inducido, manipulado y en algunas ocasiones coaccionado. En este sentido, el sufragio libre y voluntario que le da legalidad y transparencia a una elección es condición *sine qua non* para obtener una contienda democrática.

La movilización electoral clientelar es el legado de la cultura política nacional procesada por el PRI, ante el interés de la elite política y el capitalismo incipiente. Bajo el contexto de sistema partidos hegemónico y predominante, el voto clientelar ha incubado como un factor de resolución en los procesos de organización interna partidistas y en la definición de contiendas locales y nacionales. El carácter cambiante y rutinario del comportamiento clientelar ha determinado movimientos de lucha y acción colectiva, con la amenaza hacia a los patrones, cuando sus estrategias para obtener sufragios no han sido efectivas.

Los programas sociales PRONASOL, PROGRESA y OPORTUNIDADES, han sido instrumentos de movilización electoral que brindan apoyos a familias para acumular votos en las urnas. Finalmente, el clientelismo se ha convertido en una práctica habitual en México. La desigualdad persistente y el crecimiento de la pobreza han fortalecido su propagación. Las leyes que penalizan el intercambio han sido precarias ante su asiduidad, que no solo se le atribuye como exclusiva al PRI, sino a otros partidos como el PAN y PRD.

Pugnamos por una cultura democrática que no solo se consagre a la competencia electoral, sino aquella que desarrolle las capacidades de los individuos para tomar decisiones; que implique tener oportunidades, pero sobre todo, mejorar las condiciones de vida para poderlas aprovechar. Por una cultura democrática que abarque un conjunto de hábitos y virtudes en torno a los ciudadanos que, como menciona Escalante (2004.47), hasta el momento no existe.

Si el intercambio desigual entre partidos y ciudadanos subsiste en las contiendas electorales en México, como un medio para procurarse votos y obtener escaños en la

representación política, la esperanza de coexistir bajo los principios de una democracia real quedará como una utopía persistente.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, Camín y Meyer, Lorenzo (2005), *A la sombra de la Revolución Mexicana*, Cal y Arena, México.
- Auyero, Javier (1997), “Estudios sobre clientelismo político contemporáneo” en *¿Favores por votos?*, Auyero (comp.), Losada Editorial, Buenos Aires, págs. 15-39.
- Ayata, Ayse Gunes (1997), “Clientelismo: premoderno, moderno y posmoderno” en *¿Favores por votos?*, Auyero (comp.), Losada Editorial, Buenos Aires, págs. 43-63.
- Boltvinik, Julio (2005), “La pobreza en México”, en *La Jornada*, México, 11 de Noviembre de 2005.
- Cajiga Estrada, Gerardo (1998), “La transición política en México”, en *Sucesión presidencial y transición democrática*, Rayuela Editores, México, págs. 12-21.
- (CPEUM) (2010), *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, Esfinge Editorial, México.
- De la Peña, Guillermo (2002), “Sociedad civil y resistencia popular en el México de final del siglo XX”, *Crisis, Reforma y Revolución. México: Historias de fin de siglo*, Taurus-Conaculta-Instituto Nacional de Antropología e Historia, México.
- Delgado, Álvaro (2007), “Las buenas costumbres... del fraude” en *Proceso*, No.1608, México, págs. 25-26.
- Diario Oficial de la Federación (DOF)-Instituto Federal Electoral (IFE) (2002), “Compilación Legislativa Electoral 2002”, en *Código Penal Federal*, Reforma aplicada el 4 de diciembre de 2002, IFE, México.
- Escalante, Fernando (2004), “La democracia difícil. Clientelismo y ciudadanía en México”, en *Debate Político*, Revista Iberoamericana de Análisis político, No. 1, Buenos Aires, págs. 47-60.
- Gil Olmos, José (2007), “Táctica violenta y clientelar”, en *Proceso*, No. 1591, México, págs. 18-20.
- Hernández Muñoz, Edgar (2006), “El clientelismo en México: los usos políticos de la pobreza”, en *Espacios públicos*, Universidad Autónoma del Estado de México, Febrero Vol. 9, No. 17, México, págs. 120-127.
- Huntington, Samuel (1994), *La Tercera Ola. La democratización a finales del siglo XX*, Paidós, Barcelona-Buenos Aires-México.
- Meyer, Lorenzo (2007), *El espejismo democrático. De las euforia del cambio a la continuidad*, Océano Editorial, México.
- Negri, Antonio y Cocco (2006), *Global, biopoder y luchas en América Latina globalizada*, Paidós, Buenos Aires-Barcelona-México.
- Ramírez Cuevas, Jesús (2006), “¿Del clientelismo autoritario al clientelismo democrático?. El voto del hambre”, en *Masiosare*, No. 425, Febrero, México, págs. 1-8.
- Reyna, José Luis (1979), *Control político, estabilidad y desarrollo en México*, 2ª. Edición, El Colegio de México, Centro de Estudios Sociológicos.
- Romero, Jorge Javier (2007), *Clientelismo, patronazgo y justicia electoral en México. Una lectura institucionalista*, Universidad Autónoma Metropolitana –Xochimilco México.
- Rouquié, Alain (1982), “El análisis de las elecciones no competitivas: control clientelista y

- situaciones autoritarias”, en *¿Para qué sirven las elecciones?*, Fondo de Cultura Económica, México, págs. 54-89.
- STPS (2004), *Secretaría del Trabajo y Previsión Social* www.stps.gob.mx
- Soria, Víctor Manuel (2002), “Subdesarrollo, política social y pobreza en la era de la globalización”, en *Políticas públicas en el nuevo sexenio*, Martinelli (coord.), Plaza y Valdés, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, México, págs. 61-68.
- Sartori, Giovanni (1991), *Partido y Sistema de Partidos*, Alianza Editorial,
- Schedler, Andreas (2004), “El Voto es nuestro. Cómo los ciudadanos mexicanos perciben el clientelismo electoral”, *Revista Mexicana de Sociología*, México.
- Schumpeter, Joseph J.A. (1983), *Capitalismo, Socialismo y Democracia*, Tomo I Orbis, Barcelona.
- Ward, Peter M. (1998), *De clientelismo a tecnocracia: cambios recientes en la gestión municipal en México*, en *Políticas y Gobierno*, Vol. V, Núm. 1, Primer semestre.

PERIÓDICOS

La Jornada, El Universal y Reforma del 2 al 8 de julio de 2012, México.