

Clientelismo político en el poniente de la Ciudad de México: estructura y dinámica de la red de un líder local en la delegación Álvaro Obregón

*Cuauhtémoc Germán Guerrero Briviesca**

Introducción

El trabajo profundiza por medio de un estudio de caso en la composición y el funcionamiento de la red personal de un intermediario relacionado con el Partido de la Revolución Democrática en la delegación Álvaro Obregón, quien llevó a cabo actividades de tipo clientelar durante los comicios para elegir representantes a la Asamblea Constituyente en junio de 2016. Entre los aspectos que se describen están: cómo se compone el círculo cercano o de confianza del intermediario y cómo se relacionan sus integrantes; la posición estructural y el papel que juegan los integrantes del círculo de confianza dentro de la red; la ruta que siguió el flujo de intercambios clientelares durante las elecciones y finalmente, se analiza la fortaleza de los vínculos que une a los actores en relación con la respuesta que resultó del intercambio clientelar el día de las elecciones, tratando con ello de evaluar su éxito.

El estudio de las relaciones de clientela adquiere relevancia en un contexto en que éstas se han difundido en la arena política de la Ciudad de México a consecuencia de la elevada competencia electoral (Tejera, 2016). Es por ello que, buscando contribuir al entendimiento de un fenómeno tan escurridizo, el presente trabajo se propone dar visibilidad a una de las diversas redes que existen en la delegación Álvaro Obregón, misma que se integró por cerca de 150 individuos durante el proceso electoral de 2016. Para ello se ha seguido una metodología propia del Análisis de Redes y se han puesto a prueba algunos planteamientos teóricos sobre la temática clientelar.

* Estudiante de maestría del Posgrado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Correo electrónico: cuauguerrero@politicas.unam.mx.

Análisis de Redes Sociales y redes clientelares

Lo que hace distintivo al Análisis de Redes Sociales (ARS) respecto de otros enfoques dentro de las ciencias sociales es su conceptualización de los fenómenos como hechos relacionales (Faust, 2002). Quienes se interesan por el estudio de la vida social desde esta orientación colocan a la perspectiva relacional como eje central, en detrimento de los atributos individuales que poseen los actores. En ese sentido, la sociedad y los fenómenos que se desarrollan dentro de ella son vistos como un conjunto de relaciones que pueden apreciarse a manera de estructuras reticulares, donde los elementos básicos que las conforman son dos: los actores, también llamados “nodos”, y las “relaciones” por medio de las cuales éstos se vinculan. De esa forma, una red social puede definirse como: “un conjunto de nodos socialmente relevantes conectados por una o más relaciones” (Marin y Wellman, 2011: 11).

Asimismo, y dado que actores que se encuentran conectados están en posibilidad de generar patrones regulares de comportamiento en distintos campos de estudio (Faust, 2002), el ARS puede ser empleado para abordar un sinnúmero de fenómenos. Uno de éstos ha sido precisamente el clientelismo político, cuyo estudio ha adoptado parte de la terminología del ARS y ha aplicado su perspectiva relacional para analizar estructuras clientelares. En ese sentido, las redes clientelares definidas desde el enfoque del ARS serían: “Un conjunto de actores vinculados a través de una relación clientelar [...] que conforman una estructura de relaciones que los dota de posiciones y roles funcionalmente diferenciables -patrones, mediadores y clientes- y configura pautas de interacción que condicionan sus acciones y preferencias dentro de ellas” (Aguirre, 2012).¹

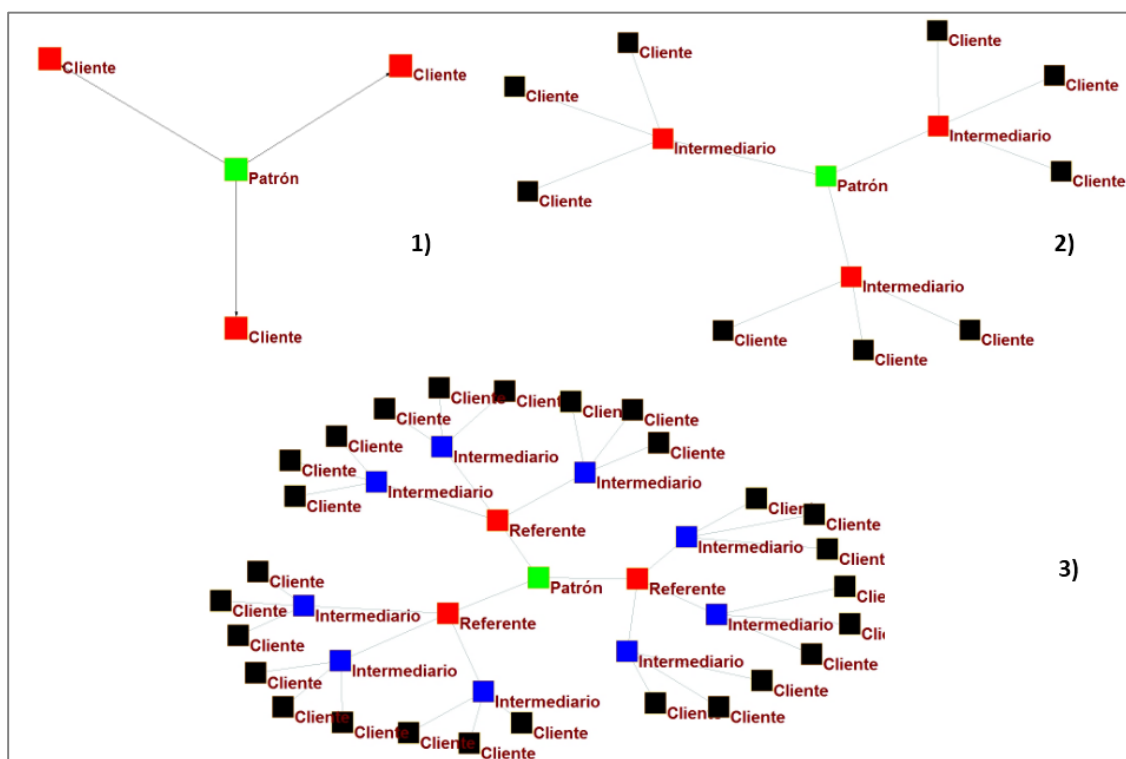
Si bien las relaciones clientelares fueron consideradas diádicas en estudios pioneros sobre el tema (Foster, 1977; Landé, 1977), con el tiempo fue asimilada e incorporada la figura del intermediario, quien por su posición y función es imprescindible para la configuración de grandes redes.² Desde una perspectiva teórica, Julio Aguirre (2012) ha

¹ En este trabajo se propone adoptar como guía el concepto de Luis Roniger para caracterizar las relaciones clientelares, ya que se considera que el autor sintetiza algunas de las “características básicas” desarrolladas por destacados autores. De esa forma, por relaciones de clientela se entiende los “lazos verticales basados en la desigualdad y diferencias de poder” de los actores (Roniger, 1990: 3), mismos que se caracterizan por el intercambio recíproco de bienes y servicios. Asimismo, estas relaciones son personales, selectivas, informales y duraderas.

² Los intermediarios relacionan a miembros de su comunidad, -a quienes proveen de beneficios selectivos y resuelven problemas (Stokes, *et.al.*, 2013)-, con las autoridades y líderes partidistas, quienes a cambio esperan

propuesto que el proceso de crecimiento y replicación de una red clientelar se genera a partir de la incorporación de nuevos actores, de manera que los clientes ahora se convierten en intermediarios, generando con ello nuevos niveles de intermediación denominados de distintas maneras, tal como se muestran en la Ilustración 1. No obstante, en términos teóricos, la estructura triádica patrón-intermediario-cliente mantiene roles y posiciones estructurales equivalentes.

Ilustración 1. Proceso de crecimiento de una red clientelar



Fuente: elaboración propia a partir de la propuesta teórica de Aguirre (2012)

Por otro lado, la literatura sobre clientelismo ha propuesto la existencia de niveles de confianza en la vinculación entre actores; según sean más o menos cercanos social y emocionalmente los vínculos que los unen, los intermediarios cuentan con un “círculo

recibir apoyo político en forma de movilización política, tranquilidad social y el voto personal de los clientes. A fin de llevar a cabo esas tareas, los intermediarios suelen desarrollar cualidades como la sociabilidad (Vommaro y Combes, 2016); habilidades de organización y liderazgo (Hilgers, 2011); contar con tiempo, poder y prestigio (Boissevain, 1974). Aunque algo de mayor importancia es el hecho de compartir el mismo espacio de socialización que sus clientes, aspecto ampliamente relevante en tanto le permite conocer sobre las necesidades locales y sus posibles soluciones (Zarazaga, 2014), así como las preferencias y el comportamiento electoral de los habitantes de la localidad (Stokes, *et.al.*, 2013).

íntimo” (Auyero, 2001, 2002) o de “de confianza” (Aguirre, 2012) y un “círculo exterior”. Para Auyero, la estructura inmediata que rodea a intermediarios en las redes de resolución de problemas en la periferia de Buenos Aires se expresa de la siguiente forma: “La red de resolución de problemas consiste en una serie de círculos o ruedas de forma irregular, que pivotean alrededor del puntero/referente. Éste se relaciona con los miembros de su “círculo íntimo” por medio de lazos fuertes de amistad duradera, de parentesco, real o ficticio” (2002: 38).

No obstante, esa forma de representar el espacio de influencia entre actores no se limita a los intermediarios, ya que los patrones también generan vínculos de distinta intensidad en su relación con referentes e intermediarios, según el nivel de confianza que exista entre ambos (Aguirre, 2012). En términos amplios se puede afirmar que, en las redes clientelares, “los círculos de confianza son una muestra del poder de movilización, de la capacidad organizacional y de la lealtad que despiertan los actores dentro de la red clientelar” (Aguirre, 2012: 34). Por su parte, más allá del círculo de interacción constante y confianza mutua que rodea a intermediarios y patrones, se encuentra el “círculo exterior”, el cual se compone de individuos con quienes se interactúa poco y con quienes se mantienen relación por medio de lazos débiles.

Cabe destacar que al hablar de lazos o vínculos fuertes y débiles se hace referencia a la diferenciación planteada por Mark Granovetter, quien propone que “...la fuerza de los vínculos es una (probablemente lineal) combinación del tiempo, la intensidad emocional, intimidad (confianza mutua) y los servicios recíprocos que caracterizan a dichos vínculos” (1973: 2). En ese sentido, no resulta extraño que se considere que, mientras más separados se encuentren dos individuos por medio de intermediarios, -mayores niveles de intermediación-, éstos tenderán a desarrollar sólo relaciones de tipo instrumental y la confianza entre ellos decrecerá. En dicho escenario, la motivación de ingresar a una relación clientelar y cumplir en el intercambio se sostendría más en la utilidad de lo permutado, que en lazos emocionales que motiven la reciprocidad:

A medida que aumenta la “distancia” se erosiona el arraigo de la relación clientelar entre dos actores y disminuye su confianza mutua, por ello deben implementarse dispositivos de monitoreo y control distintos... A su vez, a mayor distancia menos probabilidad de correspondencia, por ello el intercambio debe basarse en la ventaja instrumental que

representa a cada parte, siendo la satisfacción subjetiva producto de los beneficios del intercambio el elemento central para mantener la relación en el tiempo y no tanto sentimientos de deferencia y lealtad. (sic.) (Aguirre, 2012: 32).

Construcción de la red

Lo que se llevó a cabo como primer paso para construir la red que gira en torno al intermediario estudiado, -a quien a partir de este momento se hará referencia con el nombre de Alfredo o Alfredo Sánchez-, fue identificar el tipo de relación que articula a éste con sus seguidores más cercanos. Las personas que se incluyeron en este primer nivel de la red forman parte de lo que se conoce como el círculo de confianza. Por medio de la observación sustraída del trabajo de campo antes, durante y después del 5 de junio de 2016, -fecha en que se celebraron las elecciones en la Ciudad de México para elegir representantes al Congreso Constituyente-, se constató que las personas que mantenían un mayor activismo en las labores de movilización y organización de eventos fueron diez.

Por tanto, el subconjunto que resultó al aislar del total de la red de individuos que se vieron involucrados en intercambios de tipo clientelar, se conforma sólo de once personas, quienes organizaron o colaboraron en actividades de tipo clientelar dentro de una zona de la delegación Álvaro Obregón.³ De esa manera, se determinó que el total de la red personal de colaboradores cercanos al intermediario se compondría de las siguientes diez personas: Mateo Cárdenas, Ana Laura Moreno, Karen Sánchez, Ely Herrera, Chantal Sánchez, Lucero Cardona, Liz Sánchez, Alfredo Sánchez, Mauricio Garrido, Eduvigis Sánchez y Lucrecia Román.⁴

A partir del seguimiento al grupo de colaboración cercano de Alfredo, se formuló un cuestionario que se aplicó a todos los miembros por igual en los meses de julio y agosto de 2016. Con esta consulta se trató de conocer de qué forma se relacionaban entre ellos y en

³ Cabe destacar que se habla de zona y no de colonias, ya que la red trasciende el espacio geográfico de éstas, expandiendo su presencia en distintas unidades territoriales de los distritos XVIII y XX locales, como se verá más adelante.

⁴ Siguiendo la tradición etnográfica de estudios sobre clientelismo, se ha modificado el nombre de los informantes y de todos los individuos que adoptaron el papel de “clientes” a fin de garantizar su anonimato. Asimismo, se buscará en lo sucesivo trabajar con los apellidos de los entrevistados a fin de conocer las interacciones basadas en relación de parentesco en la medida de lo posible, aunque se aclara que todos ellos han sido modificados.

qué medida interactuaba el grupo, para lo cual se buscó captar los siguientes elementos: vínculos de parentesco, vecindad y amistad; el nivel de compromiso o involucramiento que mostraron los miembros entre sí durante los últimos meses; el nivel de intensidad o fortaleza de los vínculos que los relacionaba, y finalmente, la capacidad que tenía cada uno de los miembros para relacionarse con funcionarios o intermediarios fuera de la red.

Por su parte, gracias a la información a manera de listado que se obtuvo semanas después de la elección del 5 de junio, en los cuales se llevó a cabo el registro de las personas a las que se les otorgaron recursos materiales semanas antes de los comicios (bolsas con alimentos y kilos de huevo), se pudo relacionar a los miembros del círculo de confianza del intermediario con los receptores de los recursos. A partir de ese momento se aplicó un cuestionario a los once miembros de la red, a fin de que señalaran cómo se vinculaban (según los criterios de parentesco, vecindad y conocimiento), con las personas que fungieron como clientes el día de la elección (cerca de 140).

Ubicación geográfica y conformación del círculo de confianza

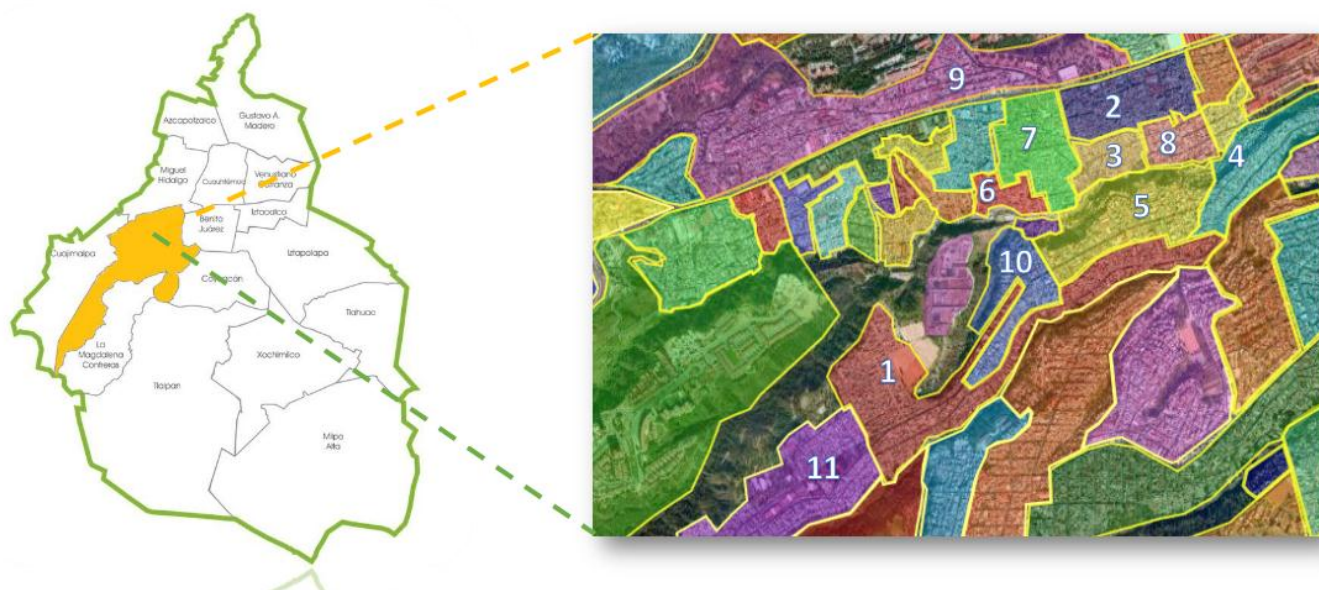
Con la aprobación del proyecto de Reforma Política del Distrito Federal por parte del Senado el día 12 de diciembre de 2015 y la posterior declaratoria de constitucionalidad de la misma tiempo después, los partidos políticos en la Capital dirigieron su mirada hacia la composición de la Asamblea Constituyente que se encargaría de discutir y aprobar el proyecto original. Particularmente los partidos de oposición en la Ciudad protestaron ante la supuesta arbitrariedad e inequidad con la que se había establecido la configuración original de los asambleístas, siendo que cuarenta de un total de cien serían designados por los poderes ejecutivos y legislativos y sólo los sesenta restantes serían electos por medio del sufragio. No obstante, tuvieron que resignarse al esquema planteado por el Jefe de Gobierno, Miguel Ángel Mancera, aún a sabiendas de que se enfrentarían a un partido fuertemente arraigado mediante estructuras político-territoriales como es el PRD (Tejera, 2016).

Tan sólo en la delegación Álvaro Obregón existen cientos de pequeñas redes organizadas alrededor de “líderes” locales vinculados al partido gobernante (PRD), cuya capacidad de movilización política varía, de unas decenas de personas hasta varios cientos.

En términos de la teoría del clientelismo político, estos líderes han asumido el papel de intermediarios al vincular a sus seguidores, dentro su territorio de influencia, con políticos que han decidido emplear este tipo de estrategia para hacerse apoyo y votos. Precisamente una de estas redes es la que se organiza alrededor de la figura de Alfredo, quien ha trabajado en distintos cargos públicos delegacionales desde el año 2006 y actualmente labora en un área administrativa en la delegación.

A diferencia de otros intermediarios que concentran a sus seguidores en espacios físicos identificables como son los comedores comunitarios, centros sociales, casas de gestión u otros espacios de agrupación, actualmente la red de Alfredo se compone de un conjunto de familiares, vecinos, amigos, conocidos, vecinos y familiares de vecinos, etc., quienes forman un complejo entramado de relaciones difícil de desenmarañar. De hecho, él asegura que la estrategia del Diputado local con el cuál se relaciona políticamente, (Diputado local del distrito XVIII), es construir y apoyar a “liderazgos territorializados”, - es decir, anclados en espacios delimitados que sean más fácil de controlar-, debido a lo cual su zona de influencia ha venido disminuyendo cada vez más en términos geográficos.⁵

Ilustración 2. Colonias numeradas en las que se localiza la red de Alfredo en Álvaro Obregón



⁵ Entrevista a Alfredo de la colonia Mexicali, domingo 4 de septiembre de 2016. Día en que se realizaron las elecciones para elegir los comités ciudadanos.

Si bien en otros tiempos la influencia de la red de Alfredo llegó a extenderse geográficamente de forma notable en diversos corredores que cruzan la delegación Álvaro Obregón, en la actualidad ésta se ha focalizado principalmente en tres colonias que colindan con las márgenes del pueblo histórico de Santa Fe y a tan sólo un kilómetro y medio de la zona comercial y residencial que lleva el mismo nombre. Dada la naturaleza de la red, -cuya composición se basa mayoritariamente en vínculos de parentesco-,⁶ ésta se extiende de forma ramificada en once colonias. Y si bien, en algunas de ellas su influencia es marginal y hasta insignificante, la red en conjunto asciende a 150 personas, lo cual brinda a Alfredo la posibilidad de mantener una posición de relevancia, por medio de la cual negociar con políticos locales.

Colonia	No. de Integrantes
1	9
2	9
3	7
4	19
5	20
6	3
7	66
8	2
9	1
10	1
11	2

Círculo de confianza

En lo que respecta a los miembros que constituyen el círculo de confianza, en la evolución de la red se han ido incorporando nuevos miembros y retirándose otros durante los últimos 16 años. Sin embargo, en términos numéricos su grupo más cercano se ha mantenido estable, ya que la cantidad de personas con las cuales se coordina de forma más estrecha en las tareas de organización, movilización y distribución de recursos a lo largo del tiempo ha variado de ocho o diez personas. De las diez personas que colaboran con Alfredo actualmente, tres se incorporaron poco antes de las elecciones para elegir representantes y jefes delegacionales en 2015, dos son vecinas y el otro es un sobrino. A su vez, dos de sus primas y una sobrina, llevan ya cuatro años trabajando de forma activa y constante en la red. Los miembros restantes son personas con quien Alfredo ha mantenido una trayectoria constante por más tiempo, aunque por lo que se pudo evidenciar en la observación de campo, son quizá las personas menos visibles. Dos de ellos son una pareja y han trabajado

⁶ La red está compuesta por 633 relaciones de parentesco, 216 de vecindad y sólo 82 de conocimiento, lo cual permite concluir que es una red anclada o sobrepuesta principalmente en relaciones de familia previamente establecidos.

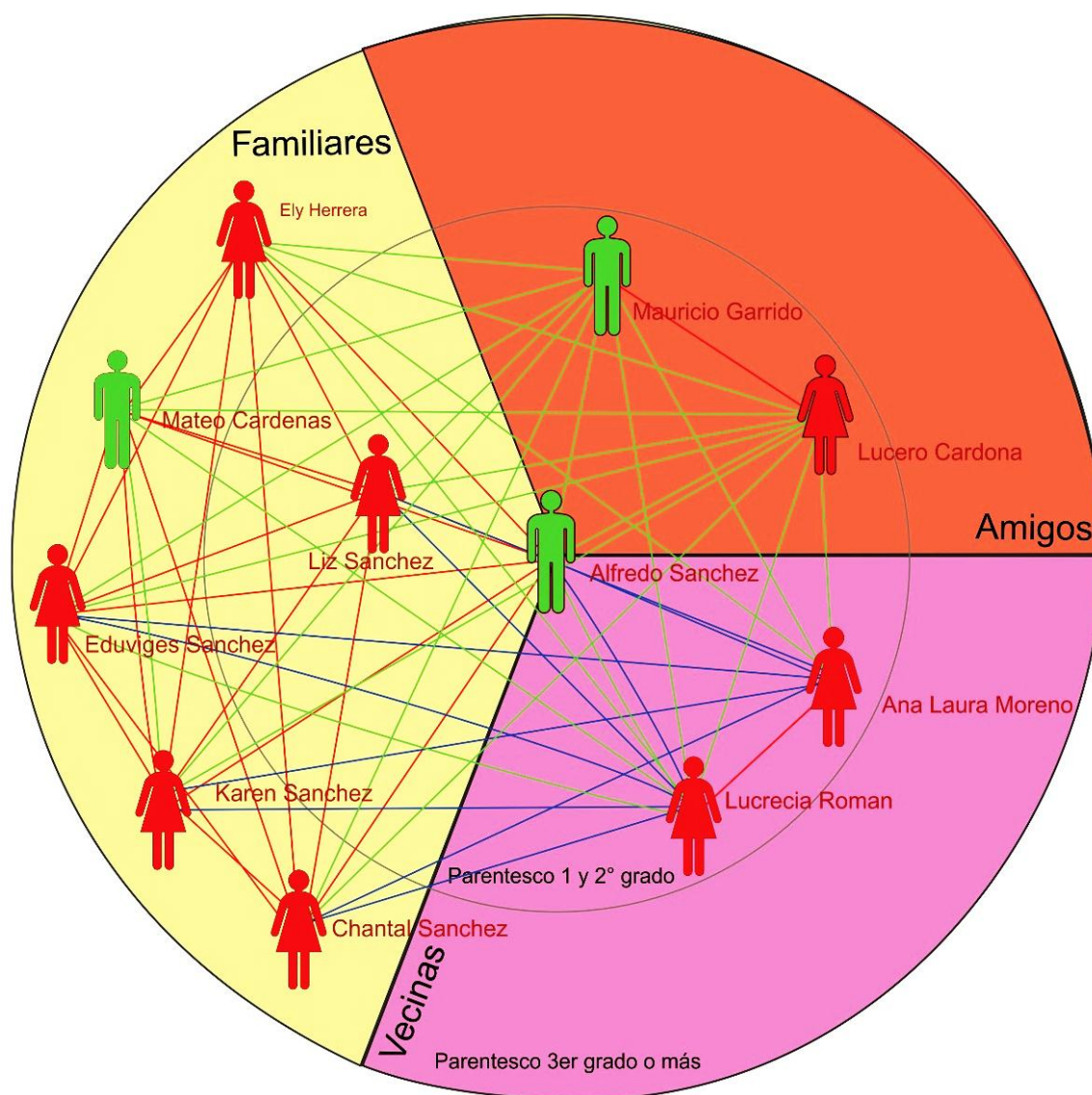
con Alfredo desde el año 2000, cuando apoyaron a Alejandro Encinas como candidato a Jefe delegacional por parte del PRD, mientras que las dos últimas son familiares cercanos, quienes tienden a apoyar de forma más intermitente en las actividades políticas.

Como puede observarse en el párrafo anterior, la composición del círculo de confianza se constituye en su mayoría de lazos de parentesco. Este tipo de red vinculada a la política y surgida desde las propias localidades a partir de una base familiar ha sido identificada en diversos estudios de sociología y antropología, tal como es el llevado a cabo por James Scott (1972) en el sudeste asiático, o bien, el trabajo de William Whyte (1971) en los barrios bajos de Boston. Whyte escribe al respecto: “Un hombre que forma parte de una familia numerosa y puede inclinar el voto de ella hacia uno u otro candidato, se convierte así en una figura política de cierta importancia. Dicho hombre será probablemente caudillo o estará cerca de la cima en sus asociaciones de grupo informal, en cuyo caso todo el grupo apoyará al mismo político” (1971: 259).

En lo que concierne a los lazos o vínculos que unen a los miembros del círculo (Ilustración 3), es notorio el nivel de involucramiento familiar en la red (líneas rojas), ya que seis de las once personas están unidas por un vínculo de parentesco con Alfredo, siendo una hermana la persona más cercana a él, mientras que los demás son familiares de tercer y cuarto grado. Asimismo, en el lado derecho de la red se encuentran dos vínculos familiares: el que se encuentra en la zona rosa une a madre e hija y se enlaza con Alfredo y el resto de la red por medio de vínculos de vecindad (líneas azules), mientras que el segundo pertenece a una pareja que está unida a Alfredo y al grupo por lazos de amistad o sólo conocimiento (líneas verdes).⁷

⁷ El total de relaciones que presenta el círculo de confianza se compone de 23 vínculos de parentesco, estando la mayoría concentrados en la familia de Alfredo. Los vínculos que unen a los miembros por lazos de vecindad son 10 y básicamente salen de las dos personas del extremo inferior derecho. Finalmente, hay 23 lazos de amistad o sólo conocimiento y se desprenden en su mayoría de la relación de amistad que Alfredo ha mantenido con Mauricio Garrido por años, lo que llevó a integrar a su esposa Lucero en actividades políticas y ahora se vieron ambos vinculados con el resto del grupo por lazos de conocimiento.

Ilustración 3. Círculo de confianza de la red de Alfredo construida a manera de red ego



Fuente: Elaboración propia en Pajek con distribución manual. Nota: las líneas rojas unen a los actores por medio de vínculos de parentesco, las azules de vecindad y las verdes de amistad o sólo conocimiento. Asimismo, el círculo del interior agrupa a familiares relacionados con Alfredo en 1° y 2° grado, mientras que el exterior por 3er grado o mayores.

Redes sobre redes: composición de la red durante el periodo electoral

“...pues yo te traje un apoyo, y el apoyo por el apoyo, ¿no?, y va a seguir esto y va a continuar. En otro tipo de ayudas, en gestiones, en ayudarnos ¿no?, mutuamente, esa es la idea”.

Teóricamente se ha planteado que a partir del tipo de vínculos mediante los cuales estén conectados los intermediarios con los miembros de su círculo de confianza y su círculo exterior, se obtendrá un grado mayor o menor de reciprocidad en los intercambios clientelares (Auyero, 2001, 2002; Aguirre, 2012). Siguiendo dicha propuesta a fin de aplicarla en este trabajo, se ha indagado en primera instancia en el tipo de vinculación con el que se relacionan los miembros del círculo de confianza de la red, a partir de la concepción de fortaleza de los vínculos que propone Granovetter (1973). De esa forma, se ha construido un índice que va del 1 al 10 a partir del cual se ha diferenciado a los vínculos en tres categorías: vínculos fuertes, medianamente fuertes y débiles.⁸

A partir de los resultados obtenidos, puede observarse en la Ilustración 4 que la mayoría de las relaciones se agrupan entre el nivel 4 y 9, lo que implica niveles intermedios y altos de fortaleza de los vínculos, dejando las medidas extremas más altas o más bajas en un lugar secundario. Es decir, los vínculos más intensos (enlaces negros) y los muy débiles (enlaces verdes) son minoritarios y pertenecen sólo a unos cuantos actores de la red, mientras que los vínculos medianamente fuertes y fuertes (enlaces amarillos y rojos) son la mayoría y representan vínculos familiares, pero también de vecindad y de amistad.

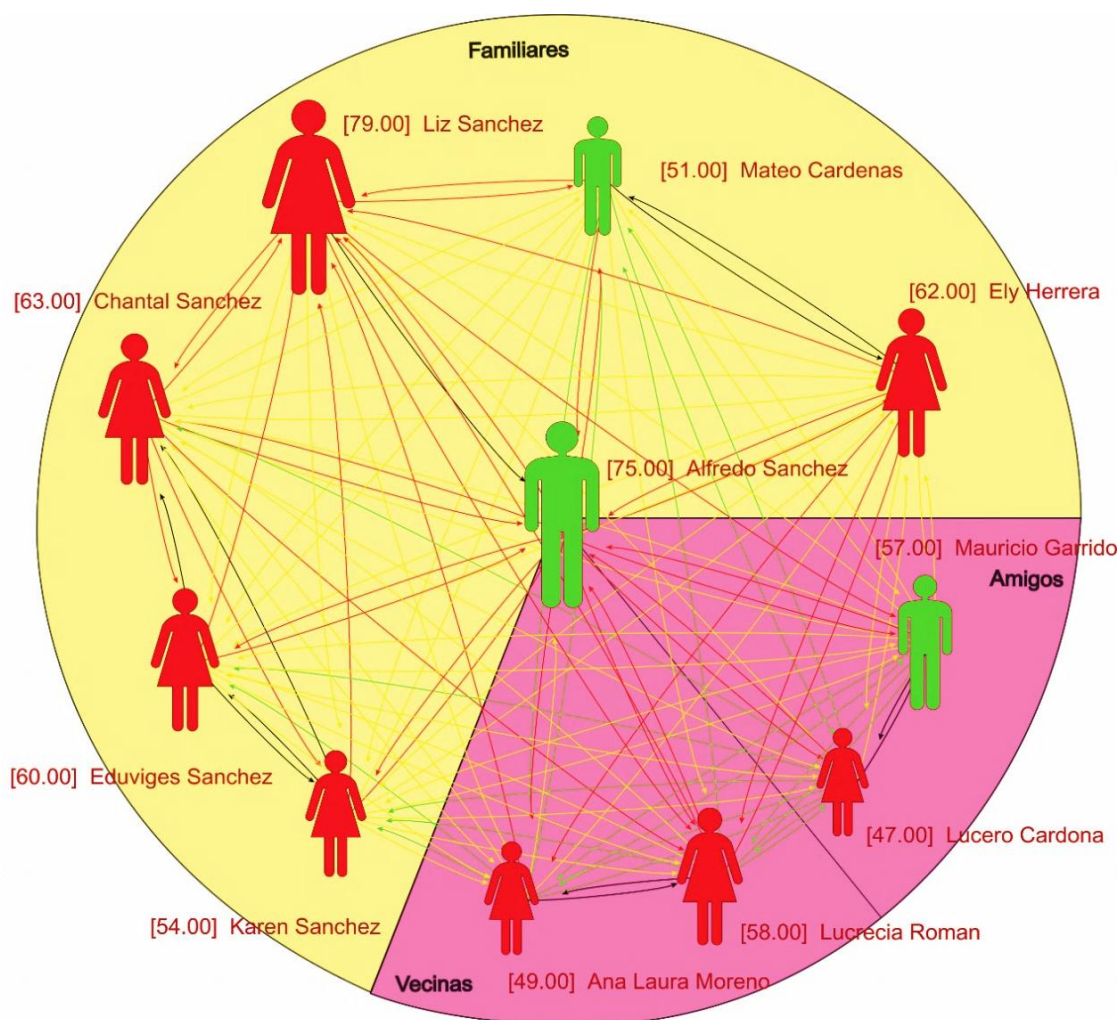
Asimismo, los resultados muestran una correspondencia entre la fortaleza del vínculo con el tipo de relación que tiene de trasfondo, es decir, los vínculos más fuertes (enlaces negros) no sólo se dan entre parientes, sino cuando estos son familiares muy cercanos como es el caso de esposos, hermanos o una relación madre e hija. Asimismo,

Vínculos fuertes	10	Negro
	9	Rojo
	8	Rojo
	7	Rojo
Vínculos medianamente fuertes	6	Amarillo
	5	Amarillo
	4	Amarillo
Vínculos débiles	3	Verde
	2	Verde
	1	Verde

⁸ El índice se construyó a partir de la propuesta de Mark Granovetter (1973), para quien la fortaleza de un vínculo radica en una combinación de tiempo, intensidad emocional, intimidad, confianza mutua y servicios recíprocos.

los vínculos débiles se presentan en su mayoría en relaciones de vecindad o cuando sólo se da entre conocidos, por lo que en ese sentido, el enfoque de la “fortaleza de los vínculos” se corresponde con el de la “cercanía social” basada en el parentesco, la vecindad y el conocimiento de los *alter*.⁹

Ilustración 4. Fortaleza de los vínculos dentro del Círculo de confianza de la red de Alfredo



Fuente: Elaboración propia en Pajek con distribución manual. Nota: el color de las líneas hace referencia al nivel de fortaleza de los vínculos por medio de los cuales se relacionan los actores. Mientras que los números y el tamaño de los nodos señalan su centralidad según el grado de entrada ponderado que obtuvo cada actor.

⁹ Larissa Adler (2016) diferencia la cercanía social *real*, o confianza, que media entre los individuos, en contraste de la *formal*, basada en el parentesco real o ficticio. Para la autora, se trata de dos aspectos que no necesariamente van de la mano, no obstante, en este trabajo ambos se corresponden.

Cabe destacar que los únicos casos que no siguen ese patrón son Alfredo y su hermana Liz, ya que los vínculos que llegan hacia ellos, así como los que salen son en su mayoría fuertes. En el caso de Alfredo, éstos van de un nivel de entre 7 y 10 (con excepción de dos personas). Sin embargo, tanto por el nivel de interacciones que mantiene con cada uno de los miembros del grupo, así como por la confianza que le profesan, es patente que Alfredo se relaciona principalmente por medio de lazos fuertes con su círculo de confianza, tal como se ha planteado desde la teoría.

Por su parte, es sobresaliente que, al medir el total del puntaje recibido por cada actor según la escala de fortaleza de los vínculos, Alfredo no es el actor más central dentro de su red, ya que su hermana Liz Sánchez obtuvo dos puntos más que él. Esto se explica porque Liz está relacionada con todos los miembros de la red por lazos fuertes y medianamente fuertes, mientras que Alfredo llega a tener dos lazos débiles de entrada. En ese sentido, la hermana de Alfredo podría estar fungiendo como un actor que ayuda a cohesionar el círculo de confianza de la red y dar apoyo a la estructura, a partir de la distancia social y emocional que mantiene con el resto de sus miembros.

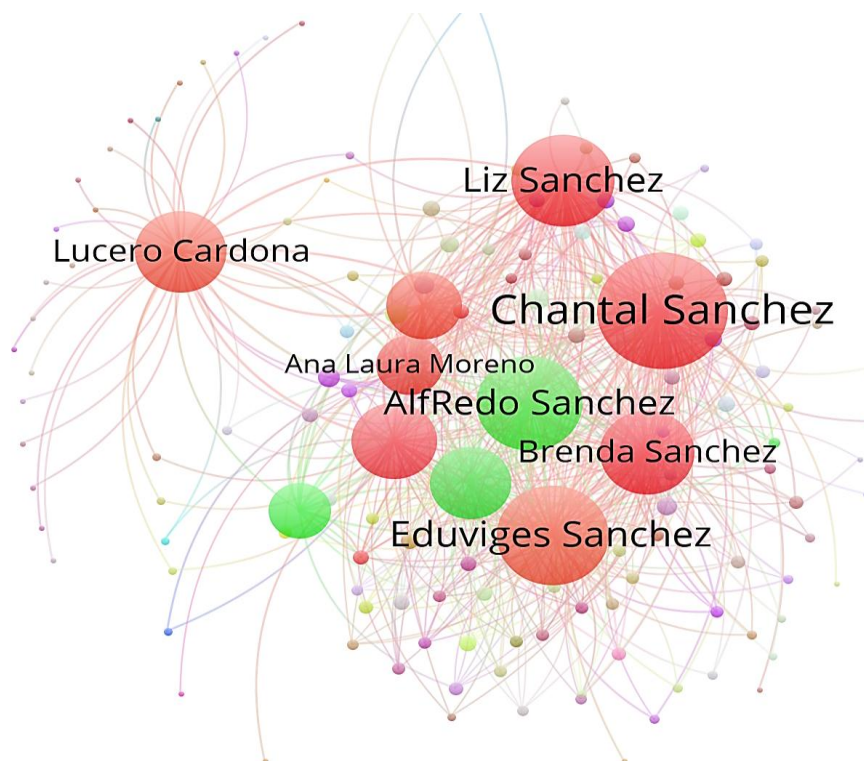
Círculo de confianza y círculo exterior

En lo que respecta a la relación que guardan los miembros del círculo de confianza con el total de los individuos involucrados en la red, ésta fue estudiada a partir de nexos de parentesco, de vecindad y sólo conocimiento. La imagen de una red de esta naturaleza, donde el criterio de relación es “cómo se relaciona con tal persona”, genera un entramado de relaciones donde gran parte de los individuos interactúan entre sí debido a su cercanía social (parentesco) y física (vecindad), tal como se muestra en la Ilustración 5. En ese sentido, si bien Lucero Cardona forma parte de la misma red, su distanciamiento del resto del centro se explica por el hecho de que mantiene su sub-red en colonias distantes (distancia física) y no forma parte de los familiares y vecinos que se agrupan en el centro (distancia social).

Un aspecto sobresaliente que pudo evidenciarse al momento de aplicar la medida de “grado nodal” para conocer la centralidad que presentan los actores dentro de la red según

ese criterio,¹⁰ fue que Alfredo, siendo el coordinador de la red, no sobresale precisamente como el más central, debido a que no es quien se relaciona de forma directa con más personas dentro de la misma. Por el contrario, dos de sus primas (Eduviges y Chantal) tienden lazos no redundantes¹¹ hacia vecinos que él desconoce, lo cual las hace más centrales dentro de su localidad. En ese sentido, por lo antes expuesto puede concluirse que Alfredo tendría a sus familiares no sólo como miembros activos en las actividades proselitistas y de reparto de recursos, sino como verdaderos pilares que dan sostén y agregan miembros a la estructura reticular. Es decir, la red político-clientelar que dirige se superpone sobre otra red social basada en familia, vecinos y amigos, así como los contactos de éstos.

Ilustración 5. Relación entre el círculo de confianza y el total de la red



Fuente: Elaboración propia en Pajek y visualización en VOSviewer.

¹⁰ La medida de centralidad basada en el grado hace referencia al número de contactos directos que un actor mantiene con otros. Teóricamente esto constituye una ventaja estructural para los individuos, ya que “debido a que tienen muchos vínculos, pueden tener formas alternativas de satisfacer necesidades y por tanto son menos dependientes de otros individuos” (Hanneman, 2001). En términos estrictos, la centralidad basada en el grado se define como “el número de puntos de los cuales un determinado punto es adyacente.” (Freeman, 2000).

¹¹ Es decir, vínculos no compartidos.

Organización para el día de la elección

En una de las reuniones llevadas a cabo por la red de Alfredo días antes de la elección, -a la cual se pudo asistir y registrar parte de su contenido-, se hizo explícito cómo se organizaría la labor de movilización de votantes el domingo 5 de junio. En ésta reunión, Alfredo entregó unas listas donde venían los nombres de las personas a las que se iba a “invitar” a votar el próximo domingo; se explicó dónde se ubicarían las casillas; se pidió a los promotores del voto que hicieran una última visita para recordar a la gente, -a la que se les entregó “apoyos”-, que debían asistir a la urna y se recomendó que cuando las personas fueran a votar, ellos (promotores) debían señalarlo con una marca en el listado.¹²

*“Ahora, acuérdense que si a cierto horario pertinente vemos que no han salido o que no han ido porque pasó algo o cualquier cosa que siempre puede suceder, vamos a tener que ir a buscarlos, vamos a tener que ir a buscarlos y sabes que: “échanos la mano”. Vamos a hacer la labor, el trabajo para que se cubra todo. Fundamentalmente hagan la invitación para que se haga esto por la mañana, traten de ubicarse por montoncitos: tres, cuatro, cinco y se van”.*¹³

No dejó de sorprender la precisión con que se hicieron los cálculos de quienes irían a votar y los mecanismos para reemplazar a los que no fueran: el objetivo era lograr cubrir una cantidad determinada de votos, proporcional a los recursos otorgados semanas antes. Asimismo, no faltaron los señalamientos a fin de que se votara efectivamente por el PRD y no por otro partido, e incluso la indicación expresa de pedir por medio del razonamiento utilitario el voto a cambio de los “apoyos” ya otorgados, si es que los clientes se resistían a asistir a la casilla:

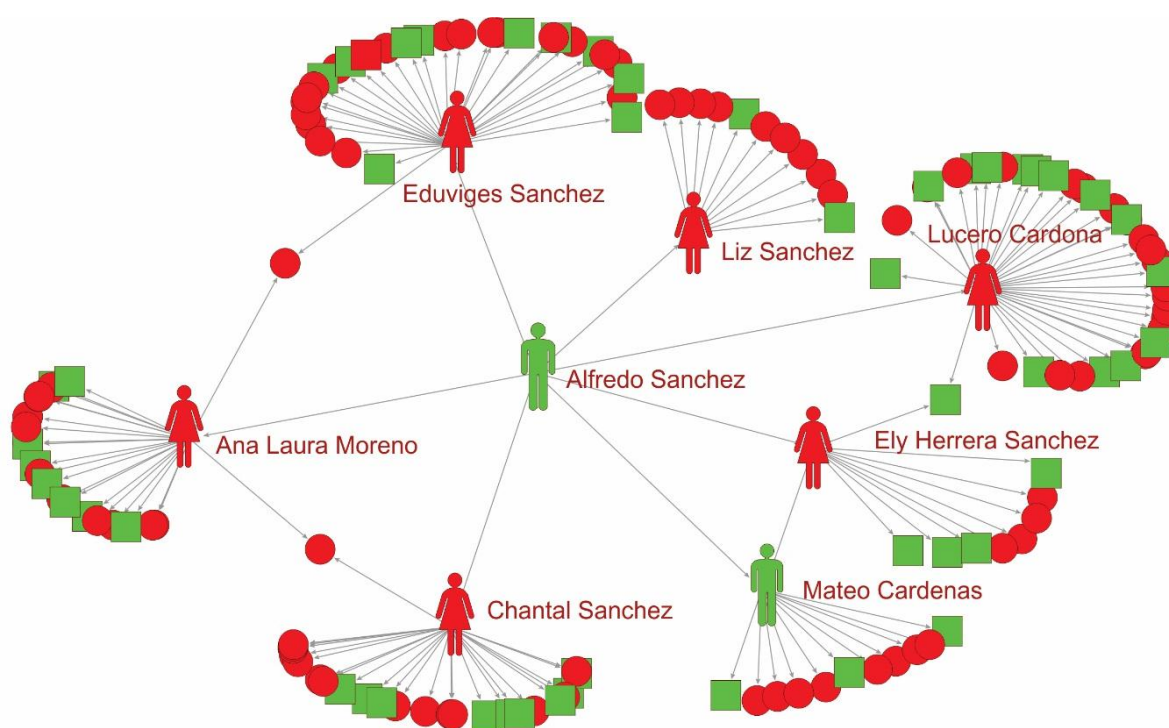
“Obviamente yo les decía el otro día: el hecho de ir con ellos no necesariamente implicaría que en realidad ellos fueran a votar por nosotros, porque (ustedes) van a decir: “bueno, yo nomás lo llevé y ellos votaron por quien quisieron”, pero si las cosas son así vamos a tener un problema, ¿por

¹² “Promotores del voto” fue la manera como se nombró a los miembros del círculo de confianza durante el periodo electoral.

¹³ Reunión de preparación para la elección en la Colonia Mexicali, 3 de junio de 2016

qué? porque ahorita viene bien contabilizado, bien amarrado el asunto. Entonces van a decir: "a ver, quién entregó listas de esos lugares, fulano de tal; si Norma dijo uno, fulano dijo tres, entonces ¿por qué no salió así? Entonces sí tenemos que hacer ese trabajo, estarle comentando a la gente, convencerla, que el asunto sí va por ese lado... ya si fuera por convencimiento; porque realmente estuvieran convencidas o porque nosotros los podemos convencer; o porque siempre han votado, etcétera. Independientemente, si no fuera por eso, por lo menos por la idea de la conveniencia: pues yo te traje un apoyo, y el apoyo por el apoyo, ¿no?, y va a seguir esto y va a continuar. En otro tipo de ayudas, en gestiones, en ayudarnos ¿no?, mutuamente, esa es la idea".¹⁴

Ilustración 6. Estructura de movilización, repartos y monitoreo durante el periodo electoral



Fuente: elaboración propia en Pajek con distribución basada en "equivalencia estructural" (De Nooy, Mrvar y Batageli, 2005)

¹⁴ *Ibidem.*

La organización con la que se trabajó durante la campaña y que el 3 de junio se confirmó en la reunión, dio como resultado un tipo de estructura acorde con los objetivos de movilización política y reparto de recursos, cuya forma es representada en la Ilustración 6. En este grafo puede apreciarse cómo en el periodo electoral a cada miembro del círculo de confianza se le delegó cierta cantidad de individuos con quienes debía estar en contacto, a fin de llevar a cabo las tareas de repartos de recursos, movilización y monitoreo. De hecho, de los diez promotores del voto, sólo siete adoptaron un rol de intermediarios entre Alfredo y los subgrupos que coordinaron durante ese periodo. De esa forma se estableció un nuevo nivel de intermediación, el cual amplió la distancia entre quién controla el flujo de recursos (patrón) y el conjunto de las personas que adoptaron el papel de clientes en la red.

El día de la elección: movilización y monitoreo

“- Nuestra duda es, ¿dónde van a estar las casillas? y si toda esta gente va a llegar... ¿va a salir de algún lado, o cómo puedo saber que toda esta gente salga a votar? - Ahora te vamos a comentar, nosotros ya tenemos ubicada una estrategia...”

De forma similar a como William Foote Whyte describe las votaciones en Cornerville en su clásica obra, *La sociedad de las esquinas*, parte del trabajo político el día de los comicios electorales en Álvaro Obregón se lleva a cabo en las aceras. Este patrón se observó de forma reiterada en colonias aledañas al pueblo de Santa Fe en 2015 con motivo de la elección de representantes y jefes delegacionales; en junio de 2016 cuando se eligieron los asambleístas que participarían en la redacción de la Constitución de la Ciudad y a inicios de septiembre de ese mismo año, con motivo de la elección de comités ciudadanos.

En el caso de la colonia se siguió de cerca, además de los representantes de casilla y los representantes generales del PRD acreditados ante el INE durante los comicios de junio de 2015 y 2016, el día de las elecciones se montó una estructura informal de monitoreo y movilización del voto. A unos metros de los domicilios que albergan las casillas, se sitúan los líderes de la colonia (intermediarios), quienes como Alfredo, el día de los comicios realizan varias funciones: en primer lugar, invitan a votar a los conocidos de la localidad:

“las peticiones sobran, una leve insinuación basta para hacer recordar a las personas un favor o servicio realizado tiempo atrás, sencillamente un favor personal”;¹⁵ en segundo lugar, vigilan el comportamiento de los partidos de oposición, algunos de los cuales tienen a individuos “operando” de forma similar cerca de las casillas; finalmente, monitorean el trabajo de sus promotores del voto y de las personas a las que se les otorgó algún recursos, a fin de asegurarse de que efectivamente acudan a la casilla de votación.

El domingo 5 de junio las elecciones se llevaron a cabo sin sobresaltos en la localidad, sin embargo, el proceso tuvo algo inusual. Se trató de un mecanismo de monitoreo para vigilar a los “intermediarios” implementado por el Diputado local, el cual consistió en hacer acompañar a cada uno de éstos por funcionarios de nivel medio o bajo de la delegación a quienes se les llamó “espejos”. Cada uno de éstos individuos portaban un listado de las personas pertenecientes a las redes de los intermediarios, -quienes semanas antes habían recibido recursos-, y su tarea consistió en cotejar que efectivamente asistieran a la urna el número de ciudadanos señalado, así como que el intermediario no apoyara a otro partido, particularmente a MORENA.

En el caso de la red de Alfredo, dos días antes de las elecciones y a la mitad de una reunión preparativa arribaron dos individuos al local comercial donde se realizaba: el primero de ellos se encuentra adscrito a la Dirección General de Administración de la delegación y fue el encargado de estar en contacto directo con diversos “intermediarios” de la zona, el día de los comicios. Por su parte, el segundo fue presentado como Rubén y se encargaría de ser monitor o “espejo”, al cotejar la lista de los potenciales votantes de la red de Alfredo con la participación efectiva el día de la elección. Al llegar a la colonia, bajar de una camioneta y entrar al negocio donde se efectuaba la reunión, con voz grave y un aire de prepotencia menciona el primero:

“- Buenas tardes... les vengo a presentar Rubén, es la persona que va a estar con ustedes el domingo. Estas son las listas de la gente que ustedes dieron de alta, y es lo que Rubén va a verificar... que toda esta gente salga a votar. Nuestra duda es, ¿dónde van a estar las casillas? y si toda esta gente va a

¹⁵ Nota de campo del día 5 de junio de 2016.

llegar... ¿va a salir de algún lado, o cómo puedo saber que toda esta gente salga a votar?

- Ahora te vamos a comentar, nosotros ya tenemos ubicada una estrategia: primero, las secciones que nos tocan a nosotros son diversas, son varias. Tenemos aquí enfrente de la mampara y la casa rosa dos casillas, si se dan cuenta es la misma sección; es la 9242. Esta es la parte fuerte de nosotros, estas dos... ”¹⁶

En efecto, las diez casillas, -tanto básicas como contiguas-, en las cuales debían emitir su voto las personas contabilizadas en las listas se localizaban en distintas colonias. No obstante, Alfredo eligió quedarse en un punto donde se concentraba cerca del 60 % de su red y el cual se componía de dos casillas básicas y dos continuas. A las 15:00 hrs. se había contabilizado el 85 % del total de personas inscritas en las listas, aunque gracias a que fueron “invitadas” a votar otras personas, -a manera de suplentes-, el total de los 150 individuos con los que Alfredo se había comprometido estaba resuelto y aún faltaban tres horas para finalizar la jornada.

Dentro de la teoría del clientelismo, el papel del monitoreo del comportamiento de los actores ha cobrado relevancia en las últimas décadas, no obstante, existen distintas posturas con respecto la importancia de su empleo. Las distintas posiciones oscilan en quienes afirman que forma parte central de la dinámica clientelar, como un elemento motriz de su ejercicio reiterado dirigido a votos duros y votantes indecisos (Stokes, 2005), o bien, quien sostiene que realmente no es indispensable, dado que los intereses de clientes e intermediarios están alineados (Zarazaga, 2014). En este último sentido, se ha escrito que, si los intermediarios son beneficiados por políticos en el intercambio, sus seguidores también compartirán su suerte y, por ende, no hace falta monitorear su comportamiento en las urnas para garantizar su lealtad.

Lo cierto es, que en el estudio de caso pudo evidenciarse que no hubo una dinámica dirigida más allá de a quienes se les repartió recursos antes de la elección, es decir, con quienes se tenía una relación ya construida durante periodos de latencia (votos duros).

¹⁶ Reunión de preparación para la elección en la Colonia Mexicali, 3 de junio de 2016

Además, el empleo de un mecanismo *sui generis* de monitoreo como fue el implementado en la red, -basado en “espejos”-, no tuvo la sutileza de dejar a la intuición política el análisis de las lealtades, sino que, mediante el empleo de un ejército de monitores que cotejaron puntualmente los resultados, se prefirió en esa elección “ir a lo seguro”.

Evaluación de la estrategia: los resultados

El mismo día de los comicios se expusieron los resultados electorales de las diez casillas donde la red de Alfredo había acudido a votar. Sin afirmar que la estrategia fue determinante para su triunfo, es patente la clara predominancia del PRD en las casillas estudiadas, ya que obtuvo 864 votos (400 más que Morena), mientras que el PRI quedó en tercer lugar con menos de 200. Semanas después, al acceder a los listados donde se registró la afluencia de la red a detalle, se pudo observar el nivel de respuesta que se generó por parte de los clientes, cuando los promotores del voto les solicitaron acudir a la urna a votar, es decir, la reciprocidad en el intercambio.

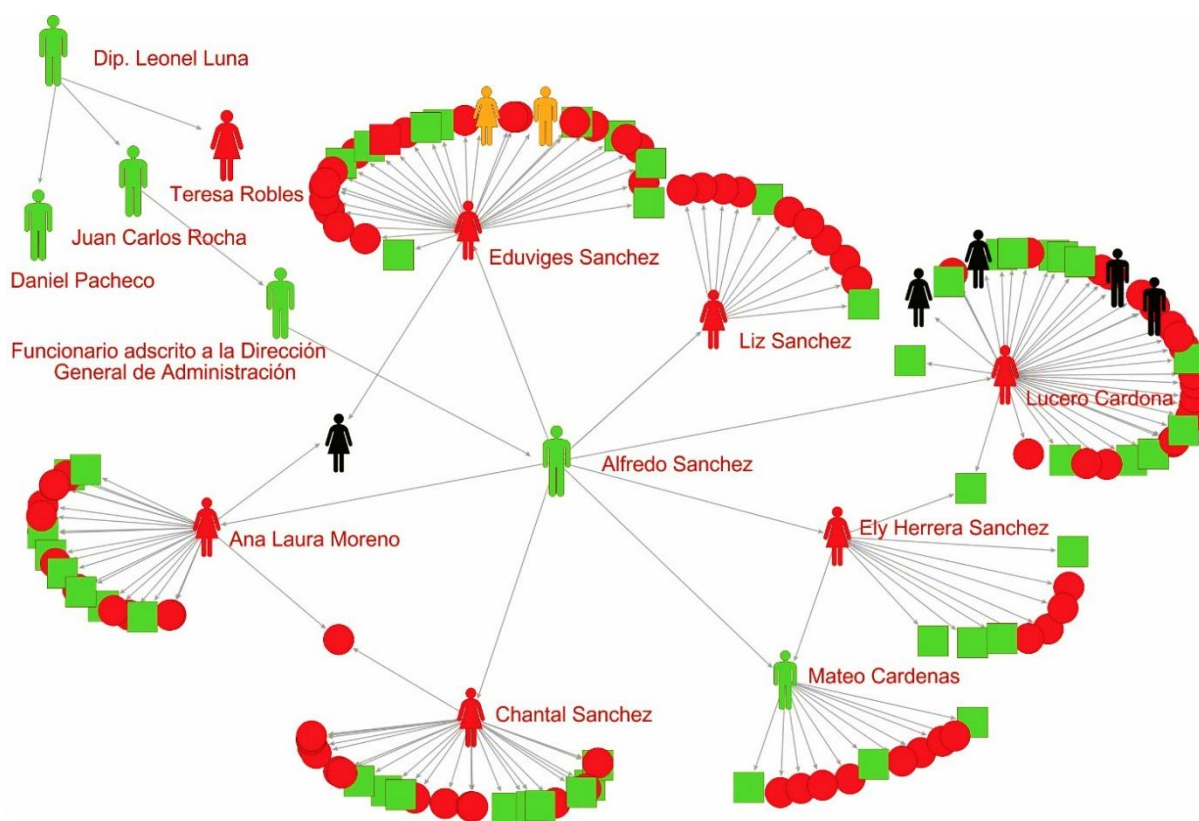
Como puede apreciarse en la Ilustración 7, los nodos de color verde y rojo representan a los individuos que cumplieron con el acuerdo;¹⁷ los de color naranja fueron a la urna, pero se encontraron con que no aparecían en la lista de electores, por lo que no pudieron emitir su voto; mientras que los individuos de color negro, simbolizan a quienes no lo hicieron. De esa forma, se tuvo como resultado una estrategia que en general fue exitosa, ya que generó un alto nivel de compromiso y reciprocidad por parte de los individuos involucrados, que en términos porcentuales ascendió al 95.65 %. Desde el punto de vista de la fortaleza de los vínculos, la respuesta positiva al intercambio puede explicarse como una consecuencia de la composición de la red, ya que ésta se basó en su mayoría en relaciones de parentesco y vecindad, por lo que, entre promotores del voto y clientes existió un alto nivel de confianza.

Por el contrario, al observar a las personas que no acudieron a la urna cuando se les solicitó, se evidencia que éstas pertenecen al círculo de un promotor del voto con quien

¹⁷ Este acuerdo consistió en acudir a la urna cuando el “promotor del voto” lo solicitara y votar por los candidatos del PRD, no obstante, los resultados certeros de por quién se voto es algo imposible de cotejar.

Alfredo y su familia se relaciona por lazos de amistad o sólo conocimiento.¹⁸ Específicamente es el caso de Lucero Cardona, -que como se ha visto antes-, en cuestión de cercanía social y fuerza de los vínculos es la más distanciada del resto de la red. En ese sentido, los resultados coinciden con lo planteado desde la teoría, al esperar menor reciprocidad en el intercambio de clientes relacionados con el intermediario sólo por vínculos débiles o de forma indirecta.

Ilustración 7. Red de organización política el día de las elecciones y reciprocidad en el intercambio



Fuente: elaboración propia con distribución manual. Nota: la dirección de las líneas da respuesta al cuestionamiento: quién coordinó a quién, y en el caso de los “promotores”, a quién solicitó asistir a la urna.

¹⁸ En el caso de la mujer relacionada con Eduviges Sánchez y Ana Laura Moreno, es posible que su estrategia desde antes de las elecciones haya sido obtener recursos de las dos promotoras del voto de forma simultánea y no acudir a votar.

De hecho, las personas que no cumplieron con el acuerdo de ir a votar, carecen de vinculación inmediata con Alfredo ya que entre ellos no se formó un cierre triádico como el siguiente: Alfredo-promotor del voto-cliente.¹⁹ De esa manera, la renuncia al cumplimiento en el intercambio puede interpretarse a partir de la baja o nula confianza de parte del cliente hacia Alfredo, dado que no se conocían. Esto, de acuerdo con el planteamiento que sostiene que, donde existe menor arraigo del intermediario en su territorio de influencia, los lazos de confianza que le unen con los clientes son bajos, lo que, a su vez reduce el “estrés” como elemento que impide la deserción.

...la oportunidad de conocer nuevos clientes potenciales del mediador se incrementa a medida que pasa más tiempo en territorio. A su vez, esta presencia robustece los lazos que lo unen con sus clientes, generando mayor confianza [...] entre los actores involucrados, aumentando los motivos de estos para participar (o, lo que opera de forma similar, aumentando el “estrés” en las relaciones cuando uno de los actores no participa (Aguirre, 2012: 30).

Por otra parte, queda claro que es a partir de los vínculos que Alfredo mantiene con otros funcionarios públicos, -y en especial con el Diputado local que funge como patrón en Álvaro Obregón-, que éste adquiere relevancia. Su papel como intermediario entre el aparato estatal y la red que él coordina es indispensable para la existencia de la misma, al ser él la única vía por la que ingresan los recursos. La dirección que tomaron las actividades de coordinación entre actores siguió una ruta que va de quien toma las decisiones hacia los extremos, como muestra el sentido de las flechas en la Ilustración 7. De esa forma, el criterio del que se partió para dar dirección a los vínculos fue “quién coordinó a quién” durante el periodo electoral, y en el caso de los promotores del voto: “a quién solicitó a acudir a la urna el día de la elección”.

¹⁹ “Por cierre triádico entiendo la probabilidad creciente de que, si dos nodos tienen vínculos fuertes con un nodo en común, eventualmente se vinculen entre sí. Dados los siguientes vínculos entre tres actores: A-B y A-C, la lógica del cierre triádico sugiere que a medida que aumentan sus interacciones aumenta la posibilidad de que se conforme un nuevo vínculo entre B-C “cerrando” la triada que los une (B-A-C) en un triángulo” (Aguirre, 2012: 29).

Además, cabe destacar que durante el periodo electoral la red clientelar generó distintos niveles de intermediación que intercedieron entre la figura del patrón y los clientes. Esto, debido a que los recursos asignados desde el patrón pasaron por dos nodos antes de llegar a Alfredo, mismos que se muestran en la Ilustración 8. Las dos figuras representan tanto al referente Juan Carlos Rocha, como a un funcionario de la Dirección General de Administración, quien, durante el periodo electoral se encargó de la coordinación de varios intermediarios locales por medio de una relación directa. Posteriormente se ubica Alfredo, los miembros de su círculo de confianza y en los extremos, las personas que adoptaron el papel de clientes en el intercambio.

Ilustración 8. Niveles de intermediación



Fuente: elaboración propia

Bibliografía

- Adler Lomnitz, Larissa. 2016. *Cómo sobreviven los marginados*. México: Siglo XXI.
- Aguirre, Julio. 2012. "Redes clientelares. Una perspectiva teórica desde el análisis de redes sociales". Centro Interdisciplinario para el Estudio de Políticas Públicas, Documento de trabajo, núm. 83, diciembre, Buenos Aires.
- Auyero, Javier. 2001. *La política de los pobres: las practicas clientelistas del peronismo*. Buenos Aires: Ediciones Manantial.
- Auyero, Javier. 2002. "Clientelismo político en argentina: doble vida y negación colectiva". *Perfiles latinoamericanos*, núm. 20, junio, México, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, pp. 33-52.
- Boissevain, Jeremy. 1974. *Friends of Friends. Networks, Manipulators and Coalitions*. New York: St. Martin's Press.
- De Nooy, Wouter, Andrej Mrvar y Vladimir Batageli. 2005. *Exploratory Social Network Analysis With Pajek*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Faust, Katherine. 2002. "Las redes sociales en las ciencias sociales y del comportamiento". En Jorge Gil Mendieta y Samuel Schmidt (editores). *Análisis de redes sociales: aplicaciones en ciencias sociales*. México: UNAM, IIMAS.
- Foster, George M. 1977. "The Dyadic Contract: a Model for Social Structure of a Mexican Peasant Village". In Steffen W. Schmidt (Editor). *Friends, followers, and factions: a reader in political clientelism*. Berkeley: University of California.
- Freeman, Linton C. 2000. "La centralidad en las redes sociales. Clarificación conceptual" (Traducción de Reyes Herrero) *Política y sociedad*, núm. 33, Madrid, pp. 131-148.
- Granovetter, Mark. 1973. "La fuerza de los lazos débiles" (Traducción de Ángeles García Verdasco). *American Journal of Sociology*, vol. 78, núm. 6, pp. 1360-1380.
- Hanneman, R. A. 2001. *Introducción a los métodos del análisis de redes sociales capítulo sexto: centralidad y poder*. (En línea) Disponible en: <http://revista-redes.rediris.es/webredes/textos/cap6.pdf>.
- Hilgers, Tina. 2008. "Causes and Consequences of Political Clientelism: Mexico's PRD in Comparative Perspective." *Latin American Politics and Society*, núm. 50, pp. 123-153.
- Hilgers, Tina. 2011. "Clientelism and Conceptual Stretching: Differentiating among concepts and among analytical levels." *Theory and Society*, núm. 40, pp. 567-588.

- Landé, Carl H. 1977. "The Dyadic basis of Clientelism". In Steffen W. Schmidt (Editor). *Friends, Followers, and Factions: a Reader in Political Clientelism*. Berkeley: University of California.
- Marin, Alexandra y Barry Wellman. 2011. "Social Network Analysis: an Introduction". In John Scott y Peter J. Carrington. *The Sage handbook of Social Network Analysis*. London: SAGE Publications Ltd.
- Roniger, Luis. 1990. *Hierarchy and Trust in Modern Mexico and Brasil*. New York: Praeger.
- Scott C., James. 1972. "Patron-Client Politics and Political Change in Southeast Asia". *The American Political Science Review*, núm. 66, pp. 91-113.
- Stokes, Susan C. 2005. "Perverse Accountability: a Formal Model of Machine Politics with Evidence from Argentina". *American Political Science Review*, núm. 99, pp. 315-325.
- Stokes, Susan, et.al. 2013. *Brokers, Voters, and Clientelism: the Puzzle of Distributive Politics*. New York: Cambridge University Press.
- Tejera Gaona, Héctor. 2016. "La gente no sabe por quién vota; tiene que hacerlo así, porque así se hace". *Estructura política, identificaciones clientelares y procesos electorales en la Ciudad de México*. México: UAM, Gedisa.
- Vommaro, Gabriel y Hélène Combes. 2016. *El clientelismo político. Desde 1950 hasta nuestros días*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Whyte, William. 1971. *La sociedad de las esquinas*. México: Diana.
- Zarazaga, Rodrigo. 2014. "Brokers Beyond Clientelism: A New Perspective on Brokerage: through the Argentine Case". *Latin American Politics and Society*, núm. 56, pp. 23-45.