



Iberoforum. Revista de Ciencias Sociales
ISSN: 2007-0675
revista.iberoforum@ibero.mx
Universidad Iberoamericana, Ciudad de México
México

González González, Kitzia Mayela
El reparto del gasto social con fines político-electorales en la alcaldía Tlalpan
Iberoforum. Revista de Ciencias Sociales, vol. 4, núm. 2, 2024, Julio-Diciembre, pp. 1-38
Universidad Iberoamericana, Ciudad de México
Distrito Federal, México

DOI: <https://doi.org/10.48102/ibf.2024.v4.n2.359>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=211080819004>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

El reparto del gasto social con fines político-electorales en la alcaldía Tlalpan

The Distribution of Social Spending for Political-Electoral Purposes in the Municipality of Tlalpan

Fecha de recepción: 06/04/2024

Fecha de aceptación: 05/07/2024

Fecha de publicación: 09/09/2024

<https://doi.org/10.48102/if.2024.v4.n2.359>

Kitzia Mayela González González*

kitziagonzalez12kg@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-2091-0845>

Maestra en Ciencias Antropológicas

Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa
México

Resumen

En el uso político del recurso público han estado presentes las prácticas clientelares; no obstante, adopta características peculiares si dicho reparto es operado por un partido político autonombrado de izquierda. En este sentido, el presente texto trata de mostrar la forma en la que los programas sociales, provenientes de un gobierno encabezado por el partido Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA), se han utilizado políticamente a través de las prácticas clientelares para fines electorales. La temática se aborda desde la alcaldía Tlalpan, ubicada al sur de la Ciudad de

* Maestra en Ciencias Antropológicas con especialidad en Antropología Política por la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) y doctorante en Ciencias Antropológicas en la UAM Unidad Iztapalapa (UAM-I). Sus líneas de investigación giran en torno a la antropología política, en temáticas como participación política, liderazgo, movimientos sociales, procesos de transición política de partidos políticos, procesos electorales, el uso político de las políticas públicas, prácticas político-clientelares y poder político.

México, en donde han vivido los dirigentes nacionales del partido, el actual presidente Andrés Manuel López Obrador y la candidata electa a la presidencia Claudia Sheinbaum Pardo. Esto ha permitido un uso político peculiar de los recursos del partido y de las instituciones gubernamentales, configurando un tipo de participación político-institucional de los actores involucrados, así como ciertas adaptaciones a los elementos que conforman las prácticas clientelares. El presente texto es producto de un trabajo de campo antropológico que inició en 2021 y concluyó en 2024, en el que se utilizó la etnografía, así como la observación, la observación participante, además de entrevistas no estructuradas y semiestructuradas para profundizar en el tema.

Palabras clave

Clientelismo, partido político, programas sociales, prácticas clientelares, participación política

Abstract

Political-clientelistic practices have been present in the political use of public resources; however, it takes on peculiar characteristics if such distribution is made up of a self-proclaimed left-wing political party. In this sense, this text tries to show the way in which the social programs coming from the Movimiento de Regeneración Nacional party (Morena) have been used politically through clientelistic practices for electoral purposes. The issue is addressed from the municipality of Tlalpan, located south of Mexico City, where the national leaders of the party, the current president Andrés Manuel López Obrador and the elected presidential candidate Claudia Sheinbaum Pardo have lived. This has allowed a peculiar political use of the resources of the party and government institutions, which configures a type of political-institutional participation of the actors involved, as well as certain adaptations to the elements that make up clientelistic practices. The present text is the product of anthropological fieldwork that began in 2021 and concluded in 2024, in which ethnography was used, as well as observation, participant observation, besides unstructured and semi-structured interviews to delve deeper into the subject.

Keywords

Clientelism, political party, social programs, practices, political participation

Introducción

El texto se apega a la antropología política procesalista, la cual permite evidenciar las formas de acercamiento a una meta pública que se dan en torno a las relaciones de conflicto, competencia o lucha, presentes en varios procesos políticos simultáneos. Lo político “se refiere a los eventos que están involucrados en la determinación e implantación de metas públicas y/o la distribución diferencial y el uso del poder dentro del grupo o los grupos relacionados con las tareas que se consideran” (Swartz, 1969, p. 1). Como alude Rodríguez (2014a), la perspectiva procesalista aplicada al estudio de las políticas públicas permite establecer que los espacios sociales generados por la gestión pública configuren campos de disputa y que las acciones gubernamentales conformen relaciones de cooperación o rivalidad, expresados por medio de negociaciones, tensiones o contradicciones hacia la búsqueda de premios y recursos escasos, cuyo valor se precisa bajo un marco cultural e institucional, donde las jerarquías de poder son fundamentales.

El texto se centra en el medio a través del cual los actores institucionales y partidarios ejercen la política, a partir de cómo la han entendido, dónde y cómo la han aprendido en un sentido práctico. Así, se analiza el modo en el que acceden al gasto social, hacen uso político de éste y reproducen sus prácticas clientelares. El artículo pretende destacar los imaginarios o las formas de significación que construyen los actores sobre el cómo debería ser la administración pública y el reparto del recurso público. Lo anterior, siguiendo a Rodríguez (2014a), nos permite adentrarnos en los referentes culturales de las acciones, valoraciones, sentimientos, ilusiones y utopías que tienen los sujetos en relación con la posible eficacia política de un programa social.

Se tomaron en consideración textos cuyo objetivo ha sido el estudio antropológico del uso político de los recursos públicos, que evidencian la relación o intermediación gubernamental y partidaria con la ciudadanía. En este tenor, se busca alejarse, como sugiere Rodríguez (2014b), de un punto de vista normativo, que entiende la participación ciudadana como el único elemento que promueve el interés ciudadano en lo político, debido a que se acota al ejercicio electoral y restringe la expresión de la opinión pública. En este sentido, como menciona Agudo (2009), “la aprobación formal y los intereses de personas influyentes en una comunidad pueden buscarse e inscribirse en el diseño de un programa, o bien retroalimentar criterios de evaluación para convertirlo en un éxito” (p. 95). Se encontró en la bibliografía (González, 2020; Luján, 2023; Tejera 2023) la forma en la que

los imaginarios de los actores políticos, institucionales y gubernamentales están acotados por visiones normativas de lo que debería de ser la administración pública, el reparto del recurso público y la participación política, así como evidencia empírica de que dichas visiones no responden a las relaciones clientelares y prácticas políticas que se expresan a nivel territorial. Al respecto, Rodríguez (2014b) alude a la importancia de que se muestre cómo es que las transformaciones en el tiempo —en las concepciones legislativas sobre dicha participación— han influido en las prácticas gubernamentales con que se han diseñado e implementado las políticas públicas y las estrategias participativas en la Ciudad de México (CDMX).

Así mismo, se retomaron, sin pretensión de exhaustividad, algunas de las contribuciones antropológicas y etnográficas al estudio de las políticas públicas. Por ejemplo, Franzé (2013) vincula algunos problemas de reparto a la representación burocrático-normativa de las políticas; a través de la etnografía, contribuye y demuestra los estereotipos, prejuicios y simplificaciones comunes que existen en las intervenciones administrativas y políticas, así como en la toma de posición de los actores respecto a ellas.

En los textos también se recogen algunos ejes y marcos analíticos sobre la reflexión de las políticas y lo político. En este tenor, Hevia de la Jara (2010) menciona que “la literatura sobre clientelismo político en México confirma que la utilización de programas sociales con fines electorales tiene una larga tradición” (p. 120). El autor sostiene que, en años recientes, los procesos electorales en México se han caracterizado por los altos niveles de abstencionismo, las campañas electorales “sucias” —que incluyen la intervención de los gobernantes federales, estatales y municipales— y los resultados con márgenes estrechos entre ganadores y perdedores, y que, en este contexto, aumentan las posibilidades de que el acceso y permanencia de los programas sociales se utilicen con fines político-electorales: “al seleccionar a quién benefician y a quién no (focalización), al entregar apoyos en efectivo directamente a las familias (transferencias económicas) y al establecer corresponsabilidades para recibir los apoyos (condicionamiento de los apoyos) se generan importantes espacios de discrecionalidad” (Hevia de la Jara, 2010, p. 120). En este tenor, Rodríguez (2014a) menciona que “las instituciones gubernamentales son productoras y reproductoras de una cultura ciudadana, porque ‘instruyen’ a los ciudadanos sobre cómo relacionarse con el poder, así como los objetivos y el carácter del desempeño de las instituciones estatales” (p. 188).

Por su parte, Cristina Sánchez-Mejorada (2004, p. 80) realiza un análisis sobre la participación de diversos actores de la sociedad civil —vecinos, organizaciones sociales y organizaciones civiles— en la definición e implementación de programas sociales en el, en ese entonces, Distrito Federal —ahora Ciudad de México—, en un contexto de transición política partidaria con el PRD, que, aunque definió la participación ciudadana como el eje distintivo de su gobierno y la corresponsabilidad como estrategia fundamental, mostró claramente la competencia por las clientelas. Para Hagene Turid (2015), la metodología etnográfica —principalmente la observación participante— arroja datos decisivos en la construcción de conceptos como el “clientelismo político” y la “compra de votos”. En síntesis, esta breve discusión con la bibliografía previa permite entrever que la antropología se ha esforzado por estudiar los temas aquí presentados, pero aún faltan análisis sobre el clientelismo y el uso político de los recursos públicos en la actualidad en los procesos de cambio político-partidista.

Decisiones teórico-metodológicas del trabajo de campo

La investigación abarcó del 2021 al 2024, periodo que todavía se considera como un proceso de transición y consolidación político-partidaria: en 2018, MORENA ganó la presidencia de la república con Andrés Manuel López Obrador (2018-2024), el gobierno de la CDMX con Claudia Sheinbaum, así como más de la mitad de las dieciséis alcaldías que conforman la CDMX —hecho que cambió la dirigencia de los gobiernos de la ciudad y de algunas de sus alcaldías, debido a que desde 1997 estaban encabezados por el Partido de la Revolución Democrática (PRD)—; sin embargo, en 2021, MORENA sufrió una derrota en la CDMX, lo cual direccionó la forma en la que el partido hace política en la actualidad.

MORENA ha tenido cuatro procesos de competencia política electoral en la CDMX: el primero abarcó de 2015 a 2018, en el que el partido ganó cinco alcaldías —Tláhuac, Xochimilco, Cuauhtémoc, Azcapotzalco y Tlalpan,¹ que fue gobernada por Claudia Sheinbaum—; las otras once las ganó

1 Para este periodo hubo cuatro fuerzas políticas principales, mientras que el resto de los otros partidos competidores perdieron fuerza: “Tal y como se esperaba, la mayor cantidad de votos recayó en Morena, PRD, PAN y PRI. Después, siguieron Encuentro Social, por encima del Verde y Movimiento Ciudadano. El Partido Humanista obtuvo un diputado y los partidos del Trabajo y Nueva Alianza perdieron su registro en la ciudad. En la ciudad de México

la oposición, encabezada principalmente por el Partido Acción Nacional (PAN), el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el PRD. En el segundo periodo, que transcurrió de 2018 a 2021, MORENA ganó once alcaldías, y cinco fueron para la oposición, encabezada por la coalición Movimiento Ciudadano (MC), PAN y PRD. No obstante, en el tercer periodo, que comprendió de 2021 a 2024, MORENA perdió nueve alcaldías, incluida Tlalpan, frente a los partidos de oposición que competían en coalición —PRI, PAN y PRD—; esta etapa fue un parteaguas que reconfiguró la forma de hacer política con características clientelares, por medio de la partidización de los recursos públicos provenientes del partido en el Gobierno. En el cuarto periodo, que inicia en 2024, MORENA —en coalición con el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) y el Partido del Trabajo (PT)— se posiciona políticamente, ya que, además de ganar nuevamente la presidencia del país y el gobierno de la CDMX, representará once alcaldías, recuperando Tlalpan; un resultado que deja a la coalición opositora —PAN, PRI y PRD— con cinco alcaldías, lo que representa la consolidación política del partido, demostrada por su impacto electoral.²

La elección del lugar de estudio se debió a tres motivos principales: el primero, como ya se mencionó, gira en torno a que el presidente de la república, López Obrador, y la candidata electa para el próximo periodo presidencial, Claudia Sheinbaum (2024-2029), vivieron y aún tienen sus residencias permanentes en la alcaldía, lo que aporta un significado especial para los militantes y un vínculo particular de los dirigentes al territorio.

En segundo lugar, porque Sheinbaum ha formado parte de la camarilla política cercana a López Obrador desde la década de 1990,³ aunque

el voto nulo tuvo mayor impacto y alcanzó 7.42 %, mayor que el porcentaje nacional (4.88 %)” (Reyes y Larrosa, 2015, p. 144).

2 En las elecciones del 2 de junio de 2024, MORENA obtuvo la alcaldía Tláhuac, mientras que la coalición MORENA-PT-PVEM gobernará Azcapotzalco, Gustavo A. Madero, Venustiano Carranza, Iztacalco, Iztapalapa, Xochimilco, Milpa Alta, La Magdalena Contreras, Álvaro Obregón y Tlalpan. En ésta última, Gabriela Osorio Hernández ganó con 205 089 votos (52.72 %), respecto a Alfa Eliana González Magallanes, de la coalición PAN-PRI-PRD, quien obtuvo 151 253 votos (38.88 %) (Sánchez, 2024).

3 Ai Camp (2008) menciona que la característica más distintiva involucrada en el reclutamiento político fue el grupo llamado “camarilla”, que “es esencialmente un grupo de individuos que tienen intereses políticos comunes y confían el uno en el otro para mejorar sus posibilidades dentro de la dirigencia política” (p. 159).

su participación se hizo más evidente desde 2000. En ese año, se integró al gabinete del actual presidente —cuando éste fue jefe de Gobierno del Distrito Federal (2000-2005)— como secretaria de Medio Ambiente. En 2006 participó como vocera en la campaña de López Obrador para las elecciones presidenciales; tras la derrota presidencial, éste la nombró secretaria de Defensa del Patrimonio Nacional del Gobierno Legítimo de México —como se le denominó—. A partir de este nombramiento, en 2008, coordinó el Movimiento Nacional en Defensa del Petróleo —en relación con una reforma energética—, en el que encabezó grupos de mujeres autonombradas “adelitas”. En 2011 participó en la conformación de MORENA como asociación civil y participó en la campaña de López Obrador para la presidencia en las elecciones de 2012. Así mismo, ha representado dos gobiernos de transición política: el primero, cuando ganó la alcaldía Tlalpan con MORENA (2015-2017); el segundo, cuando ganó la jefatura de Gobierno de la CDMX (2018-2023); tanto la alcaldía Tlalpan —antes delegación— como la jefatura de la CDMX —antes Distrito Federal— habían sido gobernadas desde 1997 por el PRD.

En tercer lugar, porque, ante este panorama y a partir de que MORENA perdió en 2021 nueve alcaldías de la ciudad —incluyendo Tlalpan—, se generó una situación que puso en riesgo la consolidación político-electoral del partido. Sheinbaum comenzó a representar la posibilidad de ser la posible candidata a la presidencia; por lo tanto, intensificó las acciones políticas con fines electorales desde su gobierno. Esta situación se evidenció, por ejemplo, a través del discurso de los mediadores estatales —quienes tenían que hacer hincapié con los beneficiarios en que, gracias a la doctora Sheinbaum, tenían acceso a los recursos—; del cambio de imagen del gobierno que representaba, evidente en la variación del color de los chalecos institucionales de las Secretarías de la CDMX —que se cambiaron de verde, color institucional de los primeros años de su gobierno, a guinda—, y del involucramiento de los trabajadores en campañas electorales y en la movilización de personas para actos políticos —como en la revocación de mandato y en las concentraciones en el zócalo o en la alcaldía—.⁴

4 En relación a este tipo de participación política, entiendo la función política como aquella tarea o trabajo que realiza una persona para organizar actos políticos, comúnmente llamado “operativizar”, o, bien, aquella dedicada a llevar a personas a eventos políticos o a ejercer el voto por medio de un acto de convencimiento, de tener que devolver lo recibido por medio

Respecto a lo anterior, mi interés específico giró en torno a dos preguntas: ¿qué tanto influían estos hechos respecto a la forma en que se hacía política en Tlalpan? y ¿cómo se ocupaba el recurso público con fines político-electorales a través de prácticas clientelares en la alcaldía, provenientes de un partido autodenominado de izquierda, que representa al gobierno de la presidencia y al de la jefatura de la ciudad? Esto se sostiene, a pesar de que hayan transcurrido dos periodos encabezados por MORENA —el de Claudia Sheinbaum y el de Patricia Aceves (2018-2021), que es considerado por la militancia y dirigencia del partido como un mal gobierno— y de que, a partir del 2021, gobernó la coalición PAN-PRD-PRI con una alcaldesa de origen perredista.

Para cumplir con el objetivo principal de estudiar la forma en la que el recurso público destinado a los programas sociales es repartido y utilizado políticamente a través de prácticas clientelares, el trabajo de campo se centró en las actividades políticas e institucionales de sujetos con nombramientos dentro de la estructura política de MORENA en Tlalpan y de funcionarios públicos, debido a que tienen el control de los recursos públicos por su cargo y el control de los recursos humanos y materiales⁵ por su nombramiento y posición política. Dichos actores forman parte de un grupo cuyos integrantes pueden participar en la toma de decisiones políticas y administrativas que impactan a nivel local, lo que les da la posibilidad de competir por un cargo de elección popular. En el transcurso de la investigación se evidenció que las realidades políticas e institucionales se conforman por una gama de actores y grupos involucrados en una red extensa de relaciones de poder, de tal forma que exigió el análisis de éstas de modo simultáneo, en apego a una etnografía multisituada (Marcus, 1995).

Realicé entrevistas a funcionarios y políticos adheridos al partido; para el registro etnográfico, utilicé la observación y observación participante en

de un favor, de una promesa de recibir algo como pago a su participación o incluso de la amenaza de dejar de recibir algún beneficio; a esto se le llama usualmente “movilizar”. Dichas funciones se desarrollan en el trabajo político cotidiano, que se entiende como la labor proselitista de la militancia que supone el desarrollo de actividades dirigidas a conseguir votos (Gaztañaga, 2013).

5 Para Nicholas (1969), los recursos materiales “son los factores económicos —dinero, máquinas, bienes, tierras, minas, etc.— que un individuo puede usar en la acción social para ayudar en la consecución de lo que él desea. Los recursos humanos no son inherentemente económicos o políticos: estrictamente hablando, no son relevantes para la sociedad en absoluto sino hasta que se utilizan para influenciar las acciones de los hombres” (p. 9).

actividades institucionales y acciones propias del partido, ya que existe una vinculación casi inherente entre ambas, en la que los actores y grupos tienen varios roles o funciones político-administrativas, como funcionarios o mediadores estatales y como dirigentes o brigadistas del partido.

La primera estancia de campo se llevó a cabo en la Secretaría de Inclusión y Bienestar Social de la CDMX (SIBISO), a la que se vinculan las direcciones ejecutivas de participación ciudadana (PC) de las dieciséis alcaldías, de donde proceden los funcionarios que se desempeñan como los intermediarios estatales que se vinculan directamente con la ciudadanía, como los promotores vecinales, coordinadores zonales y líderes coordinadores de proyectos, así como becarios llamados “servidores de la ciudad”.

La segunda estancia se realizó en la Secretaría de Bienestar del Gobierno federal, en la sede Tlalpan, como apoyo de la coordinadora regional encargada del trabajo institucional de los intermediarios estatales denominados “servidores de la Nación”, relativo al reparto de programas sociales y beneficios económicos. En esta secretaría, colaboré en diversos operativos de entrega de programas sociales y asambleas vecinales, así como en el trabajo político de los “servidores” durante la invitación al voto para la revocación de mandato presidencial en abril de 2022 y en algunos eventos partidarios.

Posteriormente, en junio de 2022, me incorporé a las actividades del partido a nivel local, en donde me relacioné con políticos, dirigentes y militantes;⁶ en esta tercera estancia, registré y acompañé su trabajo político. El trabajo de campo me permitió, entre otras cosas, detectar la forma actual, así como las posibles diferencias y continuidades que existen, respecto al reparto político-clientelar que se hace del recurso, el cual es impulsado por ciertas ideologías partidistas e imaginarios sobre el cómo debería de ser la administración pública y el ejercicio de la política.

Para cumplir con el objetivo planteado, en este texto, se tomarán en cuenta los datos obtenidos durante el trabajo de campo realizado desde

6 Estos actores son las y los ganadores consejeros de MORENA de los distritos locales 5, 14 y 16 de la alcaldía, así como enlaces distritales y coordinadores operativos territoriales (COT) del partido, concejales, políticos sin cargo, pero con poder político, titulares y directores de Instituciones gubernamentales, emblemáticos en Tlalpan con injerencia política en el partido, diputadas y diputados, militantes de base con liderazgo, y apoyos de todos estos personajes.

2021, así como la experiencia de una habitante del pueblo de San Pedro Mártir en Tlalpan, que se desempeña, por un lado, como promotora de participación ciudadana —trabajo que ha realizado desde la anterior Secretaría de Desarrollo Social del entonces Distrito Federal, cuando López Obrador fungía como jefe de Gobierno, hasta la actualidad en SIBISO— y, por otro lado, como militante partidaria, primero del PRD y posteriormente de MORENA; su liderazgo proviene de su larga participación en asuntos que competen a dicho pueblo como es la defensa de la legitimidad de las autoridades tradicionales y su gobierno.

El texto se divide en cuatro partes: en la primera se hablará de la forma en la que se repartían los programas sociales durante la transición partidaria del PRD a MORENA; así como de los cambios y continuidades en las formas del reparto en la actualidad. La segunda se centra en la coyuntura política e institucional, ocurrida después de las elecciones del 2021, que direccionó la forma en la que MORENA estaba repartiendo y haciendo uso político de los recursos públicos en la alcaldía Tlalpan. En la tercera parte se retoma el concepto “clientelismo político”, que es visto como un tipo de participación política y que usa las relaciones de clientela con fines partidarios, electorales y burocráticos para la legitimación de los partidos en el gobierno, y en la que no necesariamente se intercambian dádivas por votos. En la cuarta parte se hace un ejercicio etnográfico-conceptual sobre el clientelismo político y su representación en la vida cotidiana, a través de la narración de una militante de MORENA y trabajadora de una institución gubernamental encargada del reparto de programas sociales en la Ciudad de México.

El desarrollo permite apreciar, entre otras cosas, cómo actúan los mecanismos de la intermediación y el clientelismo en la actualidad; los tipos de clientelismo que se han conformado y las similitudes o diferencias con el clientelismo llamado “tradicional”, así como la concepción que se tiene sobre el clientelismo y uso político del recurso público. En las conclusiones, se presentan los hallazgos teórico-metodológicos y las aportaciones de este estudio para el análisis del clientelismo en nuestro país.

La repartición política de los programas sociales en la 4T: Participación Ciudadana como brazo político-institucional de los gobiernos de izquierda en la CDMX

En la administración de Andrés Manuel López Obrador (2000-2005) como jefe de Gobierno del Distrito Federal (actual Ciudad de México), se creó

el área de participación ciudadana, la cual pertenecía a la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), instaurada en 1992 en el gobierno de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994). En el periodo de López Obrador, se planteó, como objetivo central, hacer del Distrito Federal la ciudad de la esperanza, en la que los ciudadanos pudieran afrontar con éxito los problemas y el futuro de la urbe; lo anterior con los principios de una política a favor de la redistribución de la riqueza, que integrara a la mayoría de la población como beneficiaria del desarrollo. De tal forma que, en el proyecto del gobierno perredista, la política social aparecía como el fundamento de los programas sociales; el lema de su administración era “primero los pobres”. Además,

el gobierno del PRD en la Ciudad de México se [había] planteado establecer cierto tipo de relaciones de colaboración con la sociedad civil y, en general, lograr una mayor corresponsabilidad con la ciudadanía. Se trata de un gobierno que define la participación ciudadana como el eje distintivo básico de la acción de gobierno y la corresponsabilidad como estrategia fundamental para la construcción de una cultura política de participación ciudadana. (Sánchez-Mejorada, 2004, p. 77)

Sin embargo, la participación ciudadana no tuvo la respuesta esperada debido a que los recursos se repartieron a personas pertenecientes a redes clientelares, convirtiéndose en un espacio de simulación de la atención a las prioridades sociales. Como alude Rodríguez (2014a) “las políticas sociales del ámbito local y las asambleas de participación ciudadana efectuadas en un enclave local de dominación perredista, se han transformado en mecanismos de simulación participativa e intermediación política” (p. 180). Los cargos públicos más solicitados por emprendedores políticos son Desarrollo Social y Participación Ciudadana,

debido a que parte importante de la energía administrativa se dirige a la entrega de programas sociales focalizados y a su promoción mediante asambleas informativas. Estas acciones simulan ser estrategias gubernamentales para fomentar el desarrollo y la participación ciudadana, pero en realidad representan mecanismos de contención participativa y control electoral, los cuales son fundamentales para la

consolidación político-territorial de un grupo o facción. (Rodríguez, 2014a, pp. 183-184)

Añadido a esto, intermediarios estatales se convirtieron en un recurso humano disputado por diversas fuerzas políticas agrupadas en campos y facciones perredistas. Como señala Rodríguez (2014a, p. 102), los procesos de intermediación y canalización de demandas comúnmente se sirven de programas gubernamentales de gasto social y de mejoramiento urbano. De tal modo que, mientras los programas resuelvan las demandas, en ese tenor se fortalecerán las redes clientelares a través de la intermediación política. En este sentido, Tejera (2015b, p. 228) infiere, tras los análisis que ha realizado sobre la participación ciudadana y la estructura política en la Ciudad de México, que los programas sociales se fueron transformando en una estrategia para generar dependencias clientelares; además, sostiene que algunos emprendedores políticos buscan incrementar su capacidad política aumentando su posibilidad de movilizar apoyos político-electorales. Estos líderes, a través de sus redes prepartidarias,

reproducen el vínculo con su grey mediante la inserción de su organización en programas de atención gubernamental a problemas asociados con servicios urbanos o acuerdan con funcionarios (usualmente el director de desarrollo social o el de participación ciudadana “bajar” —expresión que en sí misma es simbólicamente sugestiva sobre cómo conciben tanto funcionarios (desde arriba) como líderes de organizaciones (desde abajo) el ejercicio público— los apoyos gubernamentales asociados al gasto social. (Tejera, 2016, p. 70)

Posteriormente, el reparto de programas sociales durante los periodos de gobierno de Marcelo Ebrard (2006-2012) y de Miguel Ángel Mancera (2012-2018) se constituyó por grupos políticos, lo que significaba que el presupuesto se decidía en función de las organizaciones de mayor presencia en la ciudad y de los liderazgos representativos en las colonias. De esta manera, aunque en un inicio se pretendía que las oficinas de participación ciudadana se transformaran en instancias de enlace entre los gobiernos delegacionales y la ciudadanía por medio de los programas de apoyo social, el vínculo que se formó fue entre los funcionarios públicos, dirigentes perredistas y liderazgos locales, quienes utilizaban los recursos con

finés político-electoral; al ser escasos, los recursos sólo se podían repartir entre sus redes clientelares de corto alcance, lo que ocasionó que la repartición de bienes respondiera sólo a la compra de votos.

Los intermediarios pertenecientes a Participación Ciudadana han sido una herramienta electoral efectiva —incluso más que los organismos de representación ciudadana—, pues “la dimensión y complejidad socioeconómica de la mayoría de las colonias que caracterizan a la Ciudad de México rebasa ampliamente las capacidades de esta estructura y acota sus posibilidades de distribuir apoyos y servicios gubernamentales” (Tejera, 2015b, p. 126). Algunos autores (Tejera y Rodríguez, 2015; González, 2020) han observado en su trabajo de campo que han sido más eficientes los repertorios clientelares asociados al gasto social, tales como la lista de beneficiarios de algunos programas, despensas, becas, tarjetas o dinero en efectivo —que manejaban los intermediarios de Participación Ciudadana desde sus módulos de atención—, utilizados por los funcionarios delegacionales del Gobierno central para llevarlos a votar por políticos afines al partido.

Durante la transición política del PRD y la instauración de MORENA como partido predominante, se conformaron unidades de acción política (Swartz, 1969) que fueron visibles por medio de campos políticos-partidistas (González, 2016, 2020), en donde destacaba el conflicto, en primer lugar entre facciones del primero y posteriormente entre facciones de ambos partidos, que se disputaban los recursos públicos para tener y mantener el control político-territorial a nivel local. En este campo existía una confluencia dada en una red de relaciones con características clientelares, la cual era política en tanto se constituía de un conjunto de individuos agrupados que establecen relaciones, en donde al menos uno de ellos forma parte de una facción o partido político o es funcionario público (Auyero, 2016, p. 100).

También existían formas de participación política con la que los militantes, intermediarios y administradores públicos estaban familiarizados; en éstas destacaban maneras particulares de ejercer el clientelismo a través de prácticas político-culturales, que se entienden como las acciones cuyos contenidos se aprenden, reproducen y modifican por la interacción entre cultura y política. Son prácticas que sintetizan imaginarios e intencionalidades políticas (Tejera, 2015a, p. 13); por ejemplo, los programas públicos eran repartidos como dádivas a cambio de votos electorales.

Los liderazgos en el territorio colaboraban de manera conjunta para alcanzar una meta pública, además tenían cursos de acción específicos y patrones organizativos propios vinculados a procesos políticos e históricos diversos. De tal modo que lo que surgió fue una serie de campos de negociación entre funcionarios y líderes locales y extra locales.

Las prácticas clientelares en la actualidad han experimentado cambios respecto a cómo se hacía política con el PRD, debido a que las alcaldías y las diputaciones han perdido el control de la mayoría de los programas sociales con mayor impacto en la población. De tal forma que los funcionarios y dirigentes del partido, que se formaron como clase política a través de dos procesos de cambio en la alcaldía Tlalpan y uno en el gobierno de la Ciudad de México, han tenido que desarrollar mecanismos de adaptación a las prácticas conocidas.

A partir de que Claudia Sheinbaum entró como jefa de Gobierno de la Ciudad de México (2018-2024), se señalaba que la ciudadanía en su conjunto debía acceder a los bienes y servicios que ofrecía su administración, ya que se intentaban erradicar las prácticas clientelares y patrimonialistas (Reyes, 1998) que hubo en los gobiernos del PRD y del PRI en torno al gasto social (Tejera, 2015a, 2015b). Para cumplir con este objetivo, se planteó seguir los postulados de la llamada Cuarta Transformación (4T), que sugieren priorizar la universalización de los derechos y beneficios, aunque se hacían reiteradas aseveraciones durante los discursos políticos en actos públicos de que

los programas sociales de becas y apoyos directos, créditos y creación de empleos, representan una política redistributiva de los ingresos nacionales y un acto de justicia, moralidad pública, y reivindicación de derechos en beneficio de la gente más necesitada. Proceso civilizatorio sintetizado en el fundamento: Por el bien de todos primero los pobres. (Cervantes, 2020, p. 101)

Así mismo, intentó retomar el modelo que instauró López Obrador, que gira en torno a la emergencia de nuevos intermediarios estatales afines al partido, con el objetivo de que los beneficiarios se relacionaran con ellos de manera directa y no con los promotores perredistas. De la misma forma, retomó el eje rector del nuevo Gobierno de la república, que es el bienestar social y ya no el desarrollo social, como había sido en sexenios anteriores;

en este sentido, realizó modificaciones a la SEDESOL: cambió el nombre de la secretaría, así como la estructura y organización del área de participación ciudadana, que estaba conformada por coordinadores zonales y promotores vecinales basificados, encargados del reparto de programas sociales a través de módulos de atención ciudadana instaurados en ciertas colonias de cada delegación, ahora alcaldías.

De esta forma, surge la Secretaría de Inclusión y Bienestar Social de la Ciudad de México (SIBISO), en cuya dirección general de participación ciudadana hubo modificaciones en cuanto a su estructura institucional; así, se incorporaron nuevos intermediarios estatales pertenecientes al programa de servidores de la ciudad (SERCDMX), creado en 2019. Se pretendía que la presencia de los promotores en las alcaldías en las que habitaban, en donde algunos habían tenido algún tipo de participación política, tuviera como objetivo que la gestión pública y el partido en el gobierno se implicaran de forma cotidiana con la ciudadanía, mostrándose cercanos.

Los servidores, también llamados promotores, trabajan en las 869 unidades territoriales —registradas como zonas de media, alta y muy alta marginalidad— y en las colonias de atención prioritaria. Sin embargo, por decisión política más que institucional, y a pesar de que se anunció que se incluirían en las actividades a los coordinadores zonales y promotores vecinales por su experiencia, se les fue relegando por su procedencia perredista y por haber tejido redes de relaciones políticas con liderazgos y apoyos locales, que a menudo fueron usadas por funcionarios y políticos para posicionarse a través de cargos de elección popular.

El direccionamiento de los recursos públicos se hizo a partir de que los funcionarios, que habían colaborado para el diseño de los lineamientos de operación de los programas sociales, establecieran ciertos criterios de pobreza; a partir de éstos, se seleccionaron algunas demarcaciones en las que operaban redes político-clientelares que pudieran beneficiar al partido. En este proceso se han conformado relaciones políticas entre los funcionarios públicos y los dirigentes del partido político, que buscan mantener su poder por medio del predominio político de MORENA. En suma, los nuevos promotores se conformaron con el propósito de evitar que el recurso tuviera fugas hacia intereses privados de algún político local, dirigiendo las expectativas solamente a ciertos personajes que fortalecieran políticamente al partido.

El parteaguas político que define los intercambios clientelares en la alcaldía Tlalpan

A partir de marzo de 2021, existió una presión por parte del Gobierno de la CDMX para que los programas se reactivasen, ya que, al declararse la emergencia sanitaria por el SARS-CoV-2, se detuvieron las actividades institucionales y políticas, y los esfuerzos gubernamentales se enfocaron en atender la pandemia. Esto se debió a que en junio se realizarían los comicios electorales para elegir alcaldes, diputados y concejales en las alcaldías. No obstante, pese a los esfuerzos por reactivar los programas sociales, MORENA perdió seis alcaldías, incluida Tlalpan, que pasaron a manos de la coalición encabezada por el PAN, PRI y PRD y una por el PAN.

Los militantes y candidatos confiaban en que los programas sociales y el partido, por estar encabezados por López Obrador, representaban recursos político-electorales suficientes para que se ganaran los cargos, es decir, consideraban que la población estaba plenamente agradecida por el modo en el que era repartido el gasto social, a pesar de la pandemia. Se pensaba que, debido a la universalización del gasto social, las redes político-territoriales de los líderes tradicionales eran limitadas y no tendrían un efecto clientelar que contribuyera a que ganaran las elecciones o, bien, que los candidatos de oposición las ganaran con su apoyo; además, concebían que, como resultado de la gran aceptación que tenía el presidente, las personas votarían por los candidatos que representaban al partido en el gobierno.

Después de este suceso, se hicieron evidentes los conflictos entre funcionarios y políticos, y se acentuó aún más el desplazamiento de los intermediarios que se crearon en gobiernos perredistas, aunque se hubieran manifestado afines a MORENA. El trabajo institucional y del partido se concentró en los nuevos promotores, quienes han tenido la tarea de conciliar relaciones con liderazgos locales y comités de participación comunitaria (COPACO), privilegiándolos con programas sociales y servicios urbanos provenientes de instituciones de la CDMX para que los puedan ofrecer a sus apoyos.

Aunque en el discurso se sostenga que la entrega de programas sociales se realiza con carácter de universalidad, sin el compromiso político de devolver el favor con votos, esto no necesariamente se cumplió en la realidad, es decir, existía en el discurso político la necesidad de demostrar apoyo y agradecimiento a los mandatarios en las concentraciones masivas

y en los procesos electorales, lo que se evidenció durante mi trabajo de campo. Al acompañar a los intermediarios estatales —también llamados promotores y los cuales están vinculados con el partido— a su trabajo político, pude observar que utilizaban la información de los beneficiarios de los programas sociales, que obtenían por medio de sus coordinadores, para procesos electorales o para invitarlos a los eventos partidarios. Con una lista con datos personales, los intermediarios los buscaban en sus domicilios, ya que cada uno debía llevar a diez personas, cuyo nombre compartía con su coordinador.

En este sentido, los promotores han tenido que vincular el trabajo institucional con el trabajo político del partido, a través del desempeño de dos roles con las mismas funciones políticas, lo que implica una similitud en la coordinación de ambas labores. Politizan el recurso público, tratando de convencer a la ciudadanía de apoyar al partido, debido a que las políticas públicas son impulsadas por el Gobierno; el objetivo ha sido buscar a más afiliados que voten por los candidatos de MORENA.

Si bien la universalización de los beneficios ha propiciado que las personas accedan al recurso aunque no sean afines al partido —por ejemplo, a las becas para personas de la tercera edad y personas con discapacidad a nivel nacional—, también es una realidad que los programas sociales que no tienen el carácter de universales —y que se dirigen a colonias con más índices de marginalidad— se siguen repartiendo a ciertos grupos encabezados por liderazgos locales que se dicen leales a ciertos políticos y funcionarios públicos que tienen la pretensión de competir por un cargo de elección popular —situación que confirmé en mis estancias de campo—. En este tenor, una exfuncionaria de participación ciudadana me comentó que:

dentro de la estructura de participación, existe un grupo allegado a la directora, que se dedica a realizar tareas políticas; cuando se requiere que un liderazgo apoye con su gente, la subdirectora los visita en sus casas y negocia algunos apoyos, como la entrega de pipas, para que ellos estén dispuestos a apoyar a la jefa cuando se requiera. (Coordinadora de PC, comunicación personal, Tlalpan, diciembre de 2022)

En este sentido, los funcionarios utilizan su cargo institucional para dirigir el gasto público hacia aquellos grupos o sujetos que tienen un liderazgo en sus colonias, y han conformado redes clientelares que puedan

utilizar para alguna contienda electoral o convocatoria para aglutinarse de forma masiva en un acto político. Lo anterior indica que la forma de entender la administración pública también se refleja en las prácticas clientelares cotidianas.

La impresión que al inicio tenían los intermediarios estatales de la nueva administración era que el Gobierno no estaría por encima de las personas sino con ellas; ésta derivaba de uno de los principios enunciados tanto en los discursos del presidente como en el de funcionarios y políticos, que da fundamento a la política pública del Gobierno federal: el programa “Por el bien de todos primero los pobres”, en su cláusula austeridad republicana y honestidad en el ejercicio de gobierno (Cervantes, 2020, p. 92).

Al principio, la mayor parte de ellos eran militantes del partido y consideraban que la situación social cambiaría para bien, por la manera en la que sus mandatarios hablaban del proyecto político. No obstante, a partir de las votaciones de 2021, hubo un aumento de las prácticas político-clientelares, así como de la exigencia de los funcionarios hacia los promotores e intermediarios estatales para entregar los beneficios, lo que ha ido causando desmotivación y enojo entre ellos, ya que los ideales del proyecto político del partido se han perdido. Estos sentimientos de desmotivación no los comparten los nuevos promotores que se han incorporado, puesto que son jóvenes que no se sienten identificados con el proyecto —ya que, como me comentaron algunos, están ahí porque necesitan el trabajo y lo dejarán cuando encuentren algo mejor— o que no vivieron ciertos procesos de lucha social como los promotores que se formaron con el actual presidente desde el año 2000.

El trabajo político que han tenido que desarrollar giraba en torno a que la dirección de participación ciudadana en Tlalpan se ha encargado de la ejecución de algunos procesos de campaña, electorales y movilizaciones masivas. Algunos intermediarios decían sentirse obligados a trabajar de forma oculta —debido a que han tenido que invitar al voto en tiempos de veda electoral— y forzada —porque se les obliga a entregar padrones de beneficiarios que están dispuestos a votar por un actor específico o acompañarlos a un evento partidario—. Para los promotores con cierto liderazgo en sus colonias y experiencia política, no existe ningún tipo de inconformidad o juicio de valor para cumplir con la función política de ser movilizados, ya que incluso hay una competencia respecto a quién demuestra más habilidad para llevar más apoyos; no obstante, una vez que entraron a trabajar

como funcionarios y este trabajo fue condicionado por sus jefes, iniciaron los desacuerdos.

Lo anterior fue evidente en la elección de consejeros del partido en junio de 2022, en la que se podía observar a los funcionarios, becarios y brigadistas partidarios llegando a las casillas con personas que iban a votar; algunos de ellos, para que sus apoyos no caminaran unas cuadas, los dejaban frente a las casillas, evidenciando el acarreo de votantes. Algunos manifestaban estar inconformes con las imposiciones que les hacían sus jefes, debido a que tenían la instrucción de llevar a personas a votar por un actor en específico y no por sus liderazgos —o, como ellos los llaman, sus referentes—, que también estaban contendiendo. Para asegurar su participación, tenían que demostrar su movilización con fotos que mandaban por WhatsApp a sus coordinadores. Lo anterior indica que parte del recurso público se reparte a militantes y apoyos políticos pertenecientes a redes político-clientelares y partidistas, a quienes se les busca para actividades proselitistas y con fines político-electorales. Los intermediarios estatales incluyen a los beneficiarios en grupos de WhatsApp para atenderlos personalmente; el objetivo es que hagan vínculos para establecer lazos de confianza y agradecimiento por acercarlos a los beneficios, de tal forma que exista la impresión de que tienen que devolver la ayuda.

Esto también se evidenció a través de la contratación y dirección de camiones de las rutas cercanas —en ocasiones superaban los cien camiones— que esperaban a los afines en diversos puntos elegidos por los directores de PC o por otros funcionarios y políticos relevantes, quienes pretendían ponerse de acuerdo, en reuniones privadas, para que la movilización tuviera cierto orden, con el fin de demostrar el apoyo Tlalpan de forma ostentosa; pero lo cierto es que, a cada mitin al que acudí, los actores políticos no seguían los acuerdos y llegaban por separado, entrando de forma estruendosa a los eventos, caminando frente a una multitud de personas queriendo indicar su liderazgo y fuerza política.

Se ha utilizado un discurso dirigido a los promotores para tratar de convencerlos, aunque siempre de forma implícita, de que su labor principal es hacer trabajo político, siempre en beneficio de Sheinbaum y de los políticos con mayor predominio; así me lo comentó un enlace: “la verdadera razón de su creación es manejar los programas políticamente” (Enlace de participación ciudadana, comunicación personal, Tlalpan, noviembre de 2022).

La función institucional y partidaria que tiene el clientelismo político en el reparto del recurso público

Aunque el concepto del clientelismo es comúnmente utilizado para referirse al intercambio de votos por dádivas, que se suele presentar en procesos electorales en este país, comparto con González Alcantud (1997) la idea de que el clientelismo es propio de todos los sistemas sociales, y, por lo tanto, se comporta de formas distintas. Se puede afirmar que el clientelismo existe en los sistemas políticos considerados como democráticos, en los que hay alternancias políticas representadas por diversos partidos; se puede decir, incluso, que dichos sistemas han utilizado las relaciones de clientela con fines partidarios, electorales y burocráticos para la legitimación de los partidos en el gobierno. De tal forma que se deduce que el uso del clientelismo político se convierte en una conducta inherente a la práctica política del poder, es decir, es el instrumento que influye significativamente para la competición de éste.

Coincido con algunas autoras (Corzo, 2002; Combes, 2011, 2017) en que el clientelismo es un tipo de participación política que usa como instrumento las relaciones de clientela, que se conforman a través del intercambio, y que, por su efectividad, sigue siendo utilizado para la obtención y mantenimiento de cargos de elección pública y la consolidación de un partido político, además de que se efectúa a partir de ciertas prácticas culturales que realizan los actores. Considero para su análisis tres aspectos que han sido trabajados por algunos autores (Gurza y Zaremborg, 2015; Tejera, 2015a, 2015b; Vommaro y Combes, 2016; Zapata, 2016): el primero es considerar el intercambio simbólico de bienes como su *ethos*; el segundo, tomar en cuenta que ha sido el vínculo con los gobiernos de un Estado, por lo que se realiza a través de los partidos políticos y la burocracia, y, el tercero, sostener que se sigue considerando, por los actores políticos, como un tipo de participación política segura para alcanzar una meta pública.

El clientelismo político se compone por una red compleja de relaciones en la que se intercambian algunas cosas (favores, legitimidad, objetos, servicios, programas, amistad), no siempre con fines electorales. Respecto a lo anterior, se afirma que ha existido una manipulación histórica del concepto que contribuye a que se le considere como un elemento patológico de la democracia. En este sentido, siguiendo a Corzo (2002), entiendo el clientelismo político como “la consecuencia de la utilización de las relaciones de clientela en el marco de la política” (p. 10). Por lo tanto, también se puede pensar como

la consecuencia de una relación personal de intercambio, en el ámbito de la política, que se establece de forma voluntaria y legítima, dentro de la legalidad, entre los que pueden ocupar u ocupan cualquier cargo público y los que desean acceder a unos servicios o recursos públicos a los que es más difícil llegar, que no imposible, de no ser por este vínculo o relación. (Corzo, 2002, p. 14)

La intermediación partidaria e institucional y el uso político-clientelar de los recursos: la experiencia de una promotora estatal y militante de MORENA en Tlalpan

El objetivo de este apartado radica en el hecho de que, a través de la vinculación etnográfico-conceptual, se puede entender mejor cómo es que se repartían los programas sociales durante la transición partidaria del PRD a MORENA, y los cambios y continuidades que existen respecto al reparto político-clientelar; así como cuál es la concepción de los actores sobre el clientelismo y uso político de los programas, cómo se revelan las formas que el clientelismo ha ido adoptando —en relación al tradicional—, cómo se expresan en los discursos, las ideologías partidistas y las afinidades a un partido o personaje político, así como los imaginarios sobre el cómo debería de ser la administración pública y el ejercicio de la política.

Tomo en cuenta la experiencia de una habitante del pueblo de San Pedro Mártir en Tlalpan, la cual se desempeña como promotora de participación ciudadana —área perteneciente a SIBISO, institución gubernamental encargada del reparto de programas sociales en la CDMX— y que actualmente es militante de MORENA; debido a que su participación político-partidaria inició con el PRD, esto le ha permitido experimentar la transición de los gobiernos de izquierda en la ciudad y ser testigo de los cambios político-institucionales en la entrega del recurso.

Samantha⁷ vive en San Pedro Mártir, ubicado en la alcaldía Tlalpan, al sur de la Ciudad de México; actualmente es parte del grupo político de San Pedro Vive, trabaja en participación ciudadana desde que Andrés Manuel López Obrador era jefe de Gobierno en el año 2000. Su abuela participó en

7 Esta sección se conformó de una serie de entrevistas que le realicé a la promotora y militante del partido. Por confidencialidad, se ha cambiado su nombre.

el Movimiento Popular de Pueblos y Colonias del Sur, y su mamá, en un grupo de la iglesia perteneciente a las Comunidades Eclesiales de Base (CEBs) con el padre del pueblo; juntas estuvieron en algunas manifestaciones por el agua y la vivienda con el PRD. Estudió Sociología en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), en donde intervino en la huelga de 1999; posteriormente estudió Derecho por parte de su trabajo en la Secretaría de Desarrollo Social.

Su iniciación como funcionaria pública en participación ciudadana comenzó cuando el licenciado Eduardo Cervantes, politólogo y formador de cuadros en el PRD y luego en MORENA, los convocó para hacer las encuestas de adulto mayor en sus colonias; aunque, como menciona la entrevistada, les advirtió que no les iban a pagar; ante esta situación, me comenta con cierta exaltación: “Así como nosotros, Obrador empezó a trabajar desde antes que tomara posesión en la jefatura del entonces Distrito Federal” (Promotora vecinal, comunicación personal, San Pedro Mártir, Tlalpan, 20 de agosto de 2022), agregando un significado positivo a las actividades que realizó. A poco más de medio periodo en la jefatura de Gobierno, López Obrador empezó el reclutamiento para las Brigadas del Sol —con el objetivo de hacer campaña presidencial en 2006 con el PRD—. Samantha metió sus documentos para ser voluntaria; cuando le preguntaron por qué quería trabajar con Obrador, explicó que por su proyecto de gobierno. No tenía garantía ni estabilidad laboral y todos los materiales que usaba salían de su bolsillo; eran, dice, como inversionistas del Gobierno porque no les pagaban un sueldo y sólo en ocasiones les daban un apoyo económico.

El ímpetu con el que trabajan Samantha y otros trabajadores para el partido en el gobierno, era a razón de un contexto histórico particular, en el que el PRD se constituía discursiva e ideológicamente bajo los ideales de justicia social; para ellos, era la forma de contribuir con una nueva realidad, en la que se ocupaban las relaciones clientelares y las redes político-territoriales para cumplir con dicho objetivo. En este sentido, se puede decir que el clientelismo es un tipo de participación política, ya que persigue una meta pública, lo que diversifica el concepto común que se tiene de la participación.

El clientelismo suele ser aprobado por parte de los actores políticos, debido a sus resultados en la política y en el reparto del recurso público; no obstante, no lo reconocen como clientelismo, sino como parte de su trabajo político. Lo anterior debido a que la ciudadanía se ha enfrentado

con dificultades para tener acceso a los programas sociales, sobre todo cuando no hay nadie que desempeñe el papel de intermediario, ya sea del Gobierno o del partido, lo que significa una gran desigualdad en el acceso a los recursos públicos (Combes, 2011).

La promotora y militante puntualiza que, en ese entonces, para entrar a trabajar en participación ciudadana, se tenía que tener un anclaje territorial y un liderazgo en su colonia. Ella venía de la huelga de la universidad, otros habían estado en comités vecinales, unos habían participado en los asentamientos irregulares, es decir, los perfiles venían de un trabajo comunitario, político o de algún movimiento. A su parecer, en la actualidad es diferente, aunque las reglas de operación de la institución y del partido dicen que tienes que tener esa experiencia. Esto también ha modificado las formas de ocupar las relaciones de clientela en la actualidad, ya que los que las encabezan carecen de esa experiencia política y los objetivos se han diversificado, es decir, se ocupan dichas relaciones para cumplir metas partidarias, electorales, institucionales y particulares de diversos funcionarios y políticos que se disputan un nombramiento o cargo público; en resumen, se perdió la claridad en la consecución de metas.

Los partidos políticos son los protagonistas en el clientelismo político; constituyen los elementos para la conformación de los intercambios y determinan el tipo de clientelismo que se genera. En este sentido, las relaciones clientelares se comportan de formas distintas, según el proceso político que se presente o los intercambios que se requieran hacer para un objetivo específico; dichas relaciones se reflejan, teniendo en cuenta a Corzo (2002), en tres tipos de clientelismo: electoral, burocrático y de partido. En el clientelismo electoral, las personas involucradas intercambian sus votos por la eficacia de un candidato, que representa a un partido, para resolver problemáticas; el intercambio no sólo se sujeta a favores por votos, sino que se involucran recursos públicos que se distribuyen según un programa electoral previamente establecido y direccionado a ciertas zonas que les significan más votos por su alta marginalidad. En el clientelismo burocrático, se suelen intercambiar votos por programas sociales, becas, apoyos económicos y servicios públicos; en la actualidad, se pueden obtener a través de un liderazgo local, que a su vez guarda relaciones con los intermediarios estatales o del partido, o directamente con estos intermediarios, sin la necesidad de algún mediador local. En el clientelismo de partido, se intercambia apoyo político-electoral por algún beneficio

material, que puede proceder de funcionarios públicos con cargos de elección popular, de un partido político o del partido en el gobierno por medio de alguna institución gubernamental.

En este sentido, se puede notar en la narrativa cómo estos clientelismos trabajan en conjunto; por ejemplo, el electoral y el burocrático. Samantha tocaba a las casas para llevar el programa de adulto mayor; se le hacía muy interesante porque le decían que no creían que les fueran a regalar dinero, que no engañara a la gente; una vez la amenazaron con corretearla. En el caso de las personas con discapacidad, menciona que era más difícil porque le decían que en sus casas no vivía ningún retrasado: “parecía que les daba vergüenza; las personas no estaban acostumbradas a dar sus datos” (Promotora vecinal, comunicación personal, San Pedro Mártir, Tlalpan, 2022). A Samantha le daban un listado de personas que vivían cerca de su casa, ya que el objetivo era que tenía que conocer el lugar y vincularse con las personas; me comenta que en esas mismas unidades trabajó con las Brigadas del Sol mientras duró la campaña presidencial de Obrador para 2006.

Lo antes descrito tiene relación con el primer ejercicio de vinculación institucional, electoral y partidaria formalmente constituido en los gobiernos de alternancia llamados de izquierda, como promotores de participación ciudadana y Brigadistas del Sol, en las que ocuparon las mismas redes político-clientelares para ambos propósitos.

Lo que se puede ver es que lo que diferencia a estos tipos de clientelismo es el objetivo del intercambio, lo que se intercambia y la forma en la que influyen en la participación política. Se han utilizado de forma distinta en cada proceso político; en ocasiones, han estado al servicio del partido en el gobierno para estabilizar los procesos de cambio; también se han utilizado para conjuntar o disgregar facciones y campos políticos de los partidos, y han servido como instrumento de persuasión para influir en las decisiones políticas. Es decir, las relaciones de clientela han constituido las formas originarias en las que se desarrollaron diversas formas de expresión del clientelismo político.

Debido al trabajo de campo, me he percatado de que, como resultado de que los fundamentos y lineamientos son los mismos para el proyecto político de MORENA —llamado “la 4T”— y para los programas sociales, la convergencia de los tipos de clientelismo ocurre de forma transversal en tres áreas fundamentales: la político-partidista, la institucional y la afinidad o identificación que una persona tiene hacia el proyecto político, al

partido y a un actor en específico. Esto se percibe en la continuidad de la narración. Después de su participación en las Brigadas del Sol, a Samantha la reclutaron para ser promotora vecinal en la dirección general de participación ciudadana; entre otras cosas, trabajó con los comités ciudadanos y realizó asambleas con vecinas y vecinos, en donde se presentaban los programas del gobierno. Alude que el actual presidente desde entonces hablaba de cinco ejes fundamentales, pero los más importantes para ella, hasta la actualidad, son la “austeridad republicana” y la “justicia social”, y por eso cada programa aún tiene su razón de ser.

Para Samantha, gracias a las actividades que se hicieron en las colonias —aunque mucho tiempo después—, se obtuvieron espacios públicos como espacios de recreación y auditorios; lo malo estaba en que siempre eran las mismas personas quienes ejercían y hacían uso del presupuesto público; me dice: “era común que fuera una persona que sabía cómo se tenía que movilizar políticamente” (Promotora vecinal, comunicación personal, San Pedro Mártir, Tlalpan, 2022). Lo anterior indica que los liderazgos locales, con ayuda de los intermediarios estatales —como lo mencionan mis informantes—, manejaban políticamente los recursos públicos a través de sus redes clientelares, de amigos, familiares y conocidos, en beneficio de políticos con cargos de elección popular o de aquéllos que pretendían un cargo. Así me lo platica Samantha:

tenía un compañero que metió a toda su familia en un programa; se les tenían que dar a quienes lo solicitaran, aunque se sabía que eran los mismos, porque Andrés Manuel decía que, si una persona lo requería, se le tenía que creer, porque nosotros no íbamos a dictaminar la necesidad de alguien (Promotora vecinal, comunicación personal, San Pedro Mártir, Tlalpan, 2022).

Debido a que los tipos de clientelismo existen y convergen de manera simultánea, en ocasiones los actores pueden ocupar posiciones al menos en dos tipos; por ejemplo, el burocrático y el de partido. Estas formas de manejar políticamente las relaciones de clientela se relacionan directamente con un tipo de clientelismo tradicional, en el que los sentidos de identidad, colectividad y comunidad se fomentaban con las prácticas político-culturales, como pueden ser la mano vuelta, la votación a mano alzada en las asambleas, el trueque, la faena, la implementación de valores como estrategias de sobrevivencia o la convivencia en festividades cívico-religiosas.

En este sentido, en el clientelismo tradicional no necesariamente se busca cumplir una meta electoral, sino más bien se pretende cubrir una necesidad para la sobrevivencia individual o en conjunto con otros pobladores o familiares. En este tipo de clientelismo, se tiene claro a quién hay que pagar un favor, además de que, en las redes que se conforman, se maneja el mecanismo del agradecimiento con efectividad. A pesar de que este tipo de clientelismo se ha modificado y adaptado a nuevos contextos sociales y políticos, se intentan utilizar sus elementos constitutivos en las formas actuales de clientelismo; no obstante, por sus objetivos político-electorales, que suelen ser para beneficio privado, no ha tenido la eficacia que solía tener. Es por tal motivo que no hay que confundir el acto del intercambio con los objetivos políticos que se buscan.

Respecto a la diferencia entre estos tipos de liderazgo, se retoma lo dicho por Samantha: ella sugiere que, por su experiencia y participación desde el año 2000 en el gobierno y partido que encabezaba López Obrador hasta la actualidad con MORENA, las personas recurren a ella porque suponen que sabe qué se debe hacer para resolver ciertas problemáticas. En el primer periodo, aparte de su trabajo como promotora, todos los lunes tenía cinco horas de formación en protección civil y de formación política en la escuela ciudadana: “se invitaba a los verdaderos liderazgos de entonces, que conocían las verdaderas problemáticas porque estaban en el territorio” (Promotora vecinal, comunicación personal, San Pedro Mártir, Tlalpan, 2022). Reitera que, en la actualidad, han cambiado los perfiles de las personas que participan, ya que antes sus capacitadores les hacían hincapié en que ellos no le tenían que enseñar a la gente a participar, sólo iban a institucionalizar y a apoyar. Insinúa que la falta de capacitación y de perspectiva política es lo que no ha impulsado a las nuevas generaciones a hacer el trabajo territorial con buenos resultados, como antes, cuando la gente estaba entusiasmada por escuchar a estos liderazgos. Aunque esto también implicó que sólo se cumplieran metas dirigidas a que un actor obtuviera un cargo, sin necesariamente beneficiar a un partido político.

Una gran cantidad de estudios (Corzo, 2002; Agudo, 2009; Escalona, 2011; Luján, 2023; Tejera y Rodríguez, 2015) interpreta al clientelismo como un instrumento poderoso que reduce las ineficacias de los Estados y sus Gobiernos. Como se señala, el clientelismo puede llegar a atemperar el alejamiento entre el Estado y la sociedad, ya que existe una deficiencia en los canales de comunicación entre ambos, constituye la forma en la que

ésta última participa en la toma de decisiones y es un canal para la petición de sus necesidades. Dichas demandas contribuyen a que se determinen las prioridades respecto a las agendas políticas; es por ello que quienes no participan en tales relaciones no son beneficiados y contribuyen a calificar a las personas que participan como fácilmente manipulables por una mínima capacidad de raciocinio.

La entrevistada especifica que, desde el gobierno de Marcelo Ebrard, no se continuó el proyecto con el que inició el PRD; para ella se hacía trabajo que no tenía sentido, la formación era más espaciada y recuerda que llamaban “módulos de contención ciudadana” a los módulos de atención ciudadana porque nunca se resolvía nada. Además, menciona que, con el programa de mejoramiento barrial, que fue un logro del Movimiento Urbano Popular, todo era un simulacro. El uso político de los recursos públicos inició, al parecer de la entrevistada, con el gobierno de Marcelo Ebrard; esto lo detectó, por ejemplo, cuando le indicaron que tenía que incorporarse a Red Ángel —un sistema de articulación de programas sociales, creado por Marcelo para ganar la candidatura a la presidencia— para hacer un registro de los beneficiarios. Al respecto menciona que:

ahí empezó a salir la cochinada porque mucha gente nunca había recibido nada; por ese motivo nos castigaron, pero sólo a los que ya estábamos porque los nuevos eran familiares de alguien; nos mandaban a hacer las actividades de las compañeras que se iban a hacer actividades del partido DECIDE. (Promotora vecinal, comunicación personal, San Pedro Mártir, Tlalpan, 20 de agosto de 2022)

Samantha señala que, con el gobierno de Miguel Ángel Mancera, fue más cínico el tráfico de programas; las personas se daban cuenta de que llegaban líderes con camionetas llenas de insumos, que tenían que repartir a los que más necesitaban; en el caso de los pueblos, a los compañeros los mandaban a entregar apoyos y luego salía en la página de Facebook de algún candidato o precandidato del PRD que estaba entregando el recurso público. (Promotora vecinal, comunicación personal, San Pedro Mártir, Tlalpan, 10 noviembre de 2022)

La promotora comenta que, en esos periodos de gobierno, empezó la utilización política de influencias porque los que supuestamente tenían guarderías o comedores populares —pertenecientes al programa de mejoramiento barrial— no los tenían en realidad; por ejemplo, un hijo de una

de sus compañeras presentó un comedor en un lugar en el que no estaba. También recuerda un suceso con un refrigerador: uno de sus compañeros se lo quería llevar y ella le sacó una foto y la subió a Facebook; ante esto, su coordinador le marcó preguntándole por qué había publicado la fotografía, la quiso sancionar quitándole las despensas que repartían porque la gente no las necesitaba; no obstante, ella le rebatió diciéndole que lo iba a acusar, ya que ocupaba esas despensas para pedir votos para el partido.

Como se mencionó anteriormente, en el clientelismo de partido se intercambia apoyo político-electoral por algún beneficio material, que puede proceder de funcionarios públicos con cargos de elección popular, de alguna institución, del partido político o, incluso, de alguna institución gubernamental. El nivel de persuasión hacia la militancia o la ciudadanía afín al partido es importante y dependerá del tipo de organización que se tenga, del tipo de trabajo político que realizan los intermediarios del partido y del convencimiento ideológico que hagan los dirigentes y funcionarios públicos acerca del buen gobierno que encabeza el partido. Este tipo de clientelismo tomó otras características con la llegada de MORENA a la administración capitalina y federal.

Respecto a lo anterior, para la promotora es importante recalcar que, cuando Andrés Manuel López Obrador estaba como jefe de Gobierno del Distrito Federal, a comparación de los subsiguientes mandos de la Ciudad de México, jamás tuvieron que pagar un camión para ir a un mitin: la gente decía que iba por sus medios, se organizaban entre ellos; lo mismo pasó cuando se tuvo que apoyar a que no fuera desaforado. Comenta que, en ese tiempo, no se les decía a las personas que los programas sociales eran pagos, sino una compensación por los años de trabajo que ellos habían realizado para construir la ciudad que tenían; era un agradecimiento del licenciado López Obrador. El lema era “por el bien de todos primero los pobres”, pero era universal. Hace hincapié en que antes sí era universal y que “la selección se hizo cuando Claudia Sheinbaum entró a la jefatura de Gobierno porque ahora es para algunas colonias; por ejemplo, el primer año no se dio a las colonias que habían lanzado huevos, abucheado o provocado situaciones conflictivas cuando Sheinbaum estaba en campaña” (Promotora vecinal, comunicación personal, San Pedro Mártir, Tlalpan, 2022).

Como ya se mencionó en apartados anteriores, ha existido un cambio político e institucional en torno a que antes los recursos del Gobierno eran gestionados por intermediarios locales que trataban de mantener vínculos

de lealtad, legitimidad y confianza; ahora son repartidos por intermediarios estatales sin mantener estos vínculos. Esto no se hace con el propósito de dejar atrás las prácticas clientelares, sino para desplazar a aquellos liderazgos locales que eran leales a actores políticos perredistas, que tenían el control humano y material de los recursos.

En este tenor, Samantha menciona que, cuando llegó la administración de Claudia Sheinbaum al Gobierno de la ciudad, sintió “que le regresaba el alma al cuerpo, que se iba a terminar con el tráfico de insumos y programas” (Promotora vecinal, comunicación personal, San Pedro Mártir, Tlalpan, septiembre de 2022). No obstante, la primera impresión que tuvo en una asamblea con diez compañeros fue que la doctora —como varios de los funcionarios y militantes llaman a Claudia Sheinbaum— llegó acompañada de su equipo con una actitud de soberbia, y pensó que eso no se veía bien. Les dijeron que iban a limpiar la administración pública, les recogieron las llaves de los módulos de atención ciudadana —que ellos habían pagado— porque se había descubierto que se guardaban insumos y luego llegaban en la noche a robar las despensas: “mis compañeros argumentaban que los habían asaltado; sin embargo, sólo se llevaban las despensas; aunque, cuando llegaron los peritos, nos dijeron: ‘Uy, otra vez los de MORENA, ¿verdad?’. Ya sabían” (Promotora vecinal, comunicación personal, San Pedro Mártir, Tlalpan, septiembre de 2022). Samantha considera que los congelaron desde el principio de la administración de Sheinbaum —lo que indica que casi no los incluían en las tareas administrativas ni en las actividades en las colonias; se sentían ignorados—, ya que entraron nuevos intermediarios y becarios que supuestamente no reproducirían las prácticas clientelares con los programas.

De la misma forma manifiesta que un día decidió entregar a Claudia un reporte de lo que sucedía, pero ella no la recibió nunca; quería informarle sobre la mala administración de los juegos que se ponen en los parques y sobre los comedores comunitarios, que se estaban ocupando para otras cosas porque no tenían nada; también quería reportar que decían que entregaban cierta cantidad de cobijas, pero se quedaban con la mitad —ante esto, cuenta que unos compañeros habían dicho que repartieron todas las cobijas; sin embargo, un día que llegó a la oficina descubrió que había hasta tres copias de una misma INE—; lo mismo sucedía con las estufas y los tinacos.

Como ya se advirtió, el vínculo que se sigue tejiendo entre el funcionario público y los liderazgos locales para que se repartan aquellos recursos que no tienen el carácter de universalidad funciona a través de programas

sociales focalizados a ciertas áreas con grados de marginalidad medios o altos, lo que permite crear relaciones de dependencia y sentimientos de obligación para devolver los favores recibidos, los cuales son ocupados en el momento en el que los dirigentes del partido requieren un favor. Lo anterior ha permitido atender las necesidades particulares de cada colonia, pueblo o barrio, de tal forma que las redes de clientela siguen compensando la ineficacia del Gobierno para la resolución de necesidades específicas.

En este tenor, Samantha indica que la participación ciudadana ya no existe, que Claudia creía que la participación ciudadana no era necesaria: les decía que bastaba con tener a los líderes de su lado. Ahora no van casa por casa, sino con aquellos líderes que conocen por la trayectoria que tienen. Insinúa que no están continuando el proyecto de Andrés Manuel, que éste es un proyecto distinto. Menciona que:

han entrado jóvenes que tienen que enviar reportes por internet y estar conectados las ocho horas que trabajan para monitorearlos; en vacunas estuvieron de doce a quince horas, y al final los votaron por los cambios de los jefes después de las votaciones del 2021; les dijeron que “muchas gracias”, que devolvieran su uniforme y que firmaran su renuncia; nunca les pagaron. (Promotora vecinal, comunicación personal, San Pedro Mártir, Tlalpan, 2022)

A la promotora le parece que no son muchos a los que les interesa el trabajo que realizan; son pocos los que han exigido que se les integre a las actividades; al respecto se pregunta cuánto tiempo va a pasar para que la doctora siga dispuesta a pagarle sin hacer nada. Piensa que la decisión se debe al cambio generacional, a la formación de cuadros políticos nuevos o bien, a que Claudia Sheinbaum creía que la participación ciudadana no hizo nada para apoyar a la ciudadanía y estuvo metida en problemas de desvío de fondos públicos con fines políticos, pero no considera que “nosotros sólo recibíamos indicaciones; no es porque nosotros lo hayamos decidido” (Promotora vecinal, comunicación personal, San Pedro Mártir, Tlalpan, 2022).

En mis periodos de campo, me percaté de que los actores políticos adheridos a MORENA han seguido reproduciendo ciertas prácticas, pero con algunas modificaciones, debido a que el modelo bajo el cual actuaba el clientelismo —en el que había un intermediario local entre el Gobierno y los clientes, por medio del cual se entregaban o se gestionaban los recursos

públicos— se adaptó a nuevas circunstancias. Al inicio de la administración de Sheinbaum, se pretendió que hubiera un intercambio de forma mecánica e instrumental, tal como Ortega (2018) entiende el clientelismo:

A este tipo de relaciones se les puede calificar como clientelares. Un patrón, en este caso el Estado, otorga bienes (becas, viviendas, becas etc.) a cambio de la lealtad de sus “clientes” que brindan su voto y acuden a actos políticos de dirigentes (p. 9).

Este tipo de definiciones ilustran la manera en cómo se concibe, por parte de la dirigencia de MORENA, la política y su ejercicio, así como la administración pública, sobre todo de los que conforman el relevo generacional, debido a que los actores que proceden del PRD y que tienen experiencia en el trabajo político difieren de esta forma de hacer política por sus nulos resultados electorales; no obstante, se ven obligados a hacerlo de esta manera porque sus dirigentes así lo mandaban.

Este modo en el que al principio de la administración morenista se pensaba que debían ser los intercambios se puede ejemplificar con el siguiente episodio. Samantha me comenta que, para enterarse de la forma en la que estaban trabajando, se incorporó a las asambleas de forma oculta como vecina; así la integraron a un chat, en donde, desde hace tiempo, mandaban información de manera “hostigante” acerca de las actividades de la entonces jefa de Gobierno; Samantha, describiéndose como maliciosa —porque considera que la política no está hecha para los buenos—, piensa que eso era una precampaña. Además, pudo observar que no hubo un filtro para decidir a quiénes integrar al chat, ya que algunos eran del PAN.

Manifiesta que, a los servidores de la ciudad, una semana los mandan a hacer brigada para la asamblea y, la siguiente semana, tienen que hacer trabajo político instruido por el partido —por ejemplo, para las candidaturas de los subdelegados en los pueblos Tlalpan—. Ahora que se fue su antigua jefa —a la cual se le consideraba como la operadora política de Sheinbaum en Tlalpan—, se ha incorporado más a las actividades y maneja aproximadamente treinta grupos de WhatsApp de los eventos institucionales y asambleas. En estos chats, sólo el administrador puede mandar mensajes; entonces, los ciudadanos, aunque quieran preguntar, no pueden, de tal forma que considera que se va en contra del supuesto lema de esta administración, que es “la participación ciudadana”.

La forma actual de hacer política ha tenido efectos en torno a la disminución de lealtad, compromiso y participación por parte de los apoyos, los militantes e incluso de la población en general, influyendo en la falta de efectividad en las relaciones clientelares, ya que no se tiene un vínculo vis a vis con aquéllos a los que se les otorga el recurso; además de que no se tejen relaciones de reciprocidad durante periodos prolongados de tiempo (véase Mauss, 1979). Para que exista lealtad primordial, característica elemental en las relaciones clientelares, debe de haber un conjunto de circunstancias y condiciones político-culturales que la relación institucionalizada no puede aportar.

La práctica clientelar más común en la actualidad, pese a que proviene de los gobiernos perredistas, es la tentativa de convencimiento que funcionarios y dirigentes políticos hacen a los militantes y simpatizantes en relación a que seguirán impulsando la universalidad de las políticas públicas, leyes y proyectos urbanos si se mantiene el partido en el gobierno para el próximo sexenio; la diferencia radica en que este tipo de práctica se ha realizado de forma exacerbada, debido a que el partido gobierna a nivel federal y en la Ciudad de México, lo que les permite mayor acceso a los recursos públicos.

Acerca de su actividad en MORENA, Samantha considera que tiene un beneficio, ya que como sus jefes saben que es del partido pareciera que la compadecen y la integran, le dan propaganda de los candidatos para repartir —de hecho, considera que es la única que recibe ese material—. Además, menciona que dentro de participación ciudadana es común que se dobletee el trabajo; por ejemplo:

Supuestamente hay tres subdirectores, que no deben de estar porque no existen en el manual administrativo; también hay algunos pseudo coordinadores. Nos presentan a una compañera que aparentemente es líder coordinadora, y al otro día la presentan como subdirectora, y después como representante de la jefa de Gobierno. Estas personas hacen trabajo político para el partido. (Promotora vecinal, comunicación personal, San Pedro Mártir, Tlalpan, 23 octubre de 2022)

Desde el inicio de la administración existió una confusión respecto a con quién había que solicitar un servicio urbano o programa social, debido a que las personas o grupos a nivel local estilaban usar una sola manera de obtener servicios y programas sociales: por medio de uno o algunos lide-

razgos locales que trabajaban para un funcionario público. En la actualidad, existen cuatro vías principales de acceso al recurso público, siendo las primeras tres exclusivamente para personas que tienen alguna participación política en sus colonias: 1) acudir con el intermediario local, que a su vez guarda relaciones con los nuevos intermediarios estatales encargados de la entrega de recursos; 2) contactar a un político que tenga vínculos directos con dichos intermediarios, ya que son parte de su grupo político cercano; 3) acercarse a un intermediario del partido quien también utilizará sus contactos en el Gobierno para resolver una petición, y 4) la ciudadanía puede asistir directamente con los trabajadores del Gobierno en algunos módulos establecidos, ferias de atención o esperar a que toquen a su puerta.

Samantha siempre ha relacionado los dos roles que le aportan una identidad: uno como promotora y otro como militante del partido. Las personas la ubican como Samantha la de MORENA y Samantha la de participación; cuenta que en una feria en la que se ofrecieron servicios del Gobierno de la ciudad, le sucedió que las personas les gritaban “Otros seis años, otros seis años”, ya que los identifican como parte de MORENA; también, en algunos movimientos, las personas les dicen: “Éstos están en contra de las cuotas de la luz; entonces, seguramente son MORENA’, como en una forma despectiva” (Promotora vecinal, comunicación personal, San Pedro Mártir, Tlalpan, 20 de agosto de 2022).

En las actividades y en los eventos del partido, siempre se encuentra con los militantes u “obradoristas” —afines a López Obrador— que participan constantemente; sin embargo, a los políticos los ve cuando se acercan a pedirle que les organice una reunión con tal líder o grupo, supuestamente porque quieren apoyarlos. La promotora, al no ser convocada cotidianamente en la participación ciudadana, ha optado por participar activamente en las acciones del partido. En la actualidad, se le puede observar en los eventos públicos y privados que organizan los políticos morenistas con mayor poder político en Tlalpan; no obstante, así como otros afines al partido, se ha mostrado desmotivada y desilusionada por las prácticas políticas que les encomienda el partido para las campañas y las votaciones internas. Se manifiesta “obradorista”, pero no necesariamente leal a MORENA ni tampoco a participación ciudadana, como cuando inició con López Obrador.

Conclusión

Este trabajo es un acercamiento analítico a la forma en la que los programas sociales, provenientes de un gobierno encabezado por MORENA, se

han utilizado políticamente a través de las prácticas clientelares para fines electorales. El hilo conductor del escrito tiene que ver con los procesos de transición política en los que el uso político de los recursos ha presentado ciertos cambios, pero en los que se demuestra que prevalecen los elementos constitutivos del clientelismo político.

Algunos hallazgos de la investigación giran en torno a considerar que las diferencias y continuidades que existen entre ambos partidos respecto al reparto político-clientelar son impulsadas por ciertas ideologías partidistas e imaginarios sobre el cómo debería de ser la administración pública y la política. El ejercicio del clientelismo específico de un partido denominado de izquierda, como es MORENA, conlleva formas particulares de intercambio desarrolladas en el clientelismo de partido, burocrático y electoral, que coexisten de manera simultánea porque el partido ocupa los pisos más importantes en la estructura de Gobierno, de tal forma que los actores ocupan posiciones al menos en dos de ellos, haciendo difícil diferenciar sus actividades, roles y jerarquías.

En la actualidad, los intermediarios estatales son los que mayormente tratan de establecer lazos de confianza y agradecimiento con los beneficiarios por acercarlos los recursos, de tal forma que existe la impresión de que tienen que reciprocarse de alguna forma. Se deduce que el uso del clientelismo político se convierte en una conducta inherente a la práctica política del poder, es decir, es el instrumento que influye significativamente para la competición de éste. Así pues, se puede afirmar que el clientelismo existe en los sistemas políticos considerados como democráticos, debido a que han utilizado las relaciones de clientela con fines partidarios, electorales y burocráticos para la legitimación de los partidos en el Gobierno.

El clientelismo político se compone por una red compleja de relaciones en la que se intercambian algunas cosas (favores, legitimidad, objetos, servicios, programas, amistad), no siempre con fines electorales. Además, se puede decir que el clientelismo es un tipo de participación política, ya que persigue una meta pública, lo que diversifica el concepto común que se tiene de la participación. Así mismo, se infiere que el clientelismo atempera el alejamiento entre el Estado y la sociedad, ya que existe una deficiencia en los canales de comunicación entre ambos, lo que constituye la forma en la que ésta última participa en la toma de decisiones; además de que es un canal para la petición de sus necesidades. El clientelismo sigue siendo un elemento importante en la participación

política, percibido a través de la concepción que se tiene sobre éste y el uso político de los recursos públicos.

Bibliografía

- Agudo, A. (2009). Conocimiento, lenguaje, poder e intermediación. Perspectivas contemporáneas en la antropología de las políticas públicas. *Estudios Sociológicos de El Colegio de México*, 27(79), 63-110. <https://www.redalyc.org/pdf/598/59820689003.pdf>
- Ai Camp, R. (2008). *La política en México*. Siglo XXI.
- Auyero, J. (2016). *Pacientes del Estado*. Eudeba.
- Cervantes, E. (2020). *De la herida abierta a la esperanza cierta. Reflexiones. La Cuarta Transformación y MORENA*. Secretaría de Educación, Capacitación y Formación Política, MORENA Ciudad de México.
- Combes, H. (2011). ¿Dónde estamos en el estudio del clientelismo? *Desacatos*, (36), 13-32. <https://desacatos.ciesas.edu.mx/index.php/Desacatos/article/view/301>
- Combes, H. (2017). Trabajo político territorial y (auto)clasificaciones del quehacer político. Perspectiva desde la trayectoria de un líder barrial en la Ciudad de México. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, (60), 31-56. <https://doi.org/10.17141/iconos.60.2018.2823>
- Corzo, S. (2002). *Clientelismo político como intercambio*. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Escalona, J. (2011). El incompleto imaginario del orden, la inacabada maquinaria burocrática y el espacio de lucha. Antropología del Estado desde el sureste de México. En A. Agudo y M. Estrada (eds.), *Transformaciones del Estado en los márgenes de Latinoamérica: Imaginarios alternativos, aparatos inacabados y espacios transnacionales*. El Colegio de México, Universidad Iberoamericana.
- Franzé, A. (2013). Perspectivas antropológicas y etnográficas de las políticas públicas. *Revista de Antropología Social*, 22, 9-23. <https://www.redalyc.org/pdf/838/83829565001.pdf>
- Gaztañaga, J. (2013). Trabajo político: Hacia una teoría etnográfica desde las relaciones causales y la importancia de las acciones. *Alteridades*, 23(46), 111-126. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-70172013000200009
- González, J. (1997), *El clientelismo político: Perspectiva socioantropológica*. Anthropos.

- González, K. (2016). *La participación política de las mujeres durante el proceso de urbanización en la colonia Belvedere, del Ajusco Medio de la delegación Tlalpan, Distrito Federal* [tesis de licenciatura, Universidad Autónoma de la Ciudad de México]. <http://repositorioinstitucionaluacm.mx/jspui/handle/123456789/705>
- González, K. (2020). *Participación, conflicto y transición políticas en Santo Domingo Coyoacán, Ciudad de México* [tesina de maestría, Universidad Autónoma Metropolitana]. <https://doi.org/10.24275/uami.w66343892>
- Gurza Lavalle, A., y Zaremborg, G. (2015). Más allá de la representación y del clientelismo: Hacia un lenguaje de la intermediación política. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 59(221), 19-50. [https://doi.org/10.1016/S0185-1918\(14\)70814-1](https://doi.org/10.1016/S0185-1918(14)70814-1)
- Hagene, T. (2015). Debatiendo conceptos con metodología etnográfica: El caso del “clientelismo político” y la “compra de votos”. *Nueva Antropología*, 28(83), 47-71. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-06362015000200004
- Hevia de la Jara, F. (2010). Uso político de programas sociales y nuevos intermediarios institucionales: El Programa Progreso/Oportunidades en el sur de Veracruz. *Desacatos*, (34), 119-132. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-050X2010000300008
- Luján, D. (2023). *Un rostro cálido del Estado. Socioantropología del clientelismo político*. El Colegio de México.
- Marcus, G. (1995). Etnografía en/del sistema mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal. *Alteridades*, 11(22), 111-127. <https://www.redalyc.org/pdf/747/74702209.pdf>
- Mauss, M. (1979). Ensayo sobre los dones. En *Sociología y antropología* (pp. 155-176). Tecnos.
- Nicholas, R. (1969). Rules, resources and political activity. En M. Swartz (ed.), *Local level politics, social and cultural perspectives*. University of London Press.
- Ortega, J. (2018). *Clientelismo y participación política en Tlalpan: Persistencias de una subjetividad* [tesis de doctorado, Universidad Nacional Autónoma de México]. <https://hdl.handle.net/20.500.14330/TES01000776110>
- Reyes del Campillo, J., y Larrosa, M. (2015). Las elecciones locales en la ciudad de México en 2015. *Revista el Cotidiano*, 193, 137-146. <https://www.redalyc.org/pdf/325/32541386014.pdf>

- Reyes, M. (1998). *Patrimonialismo y participación. Del control del Estado a la lucha de los pueblos. Guatemala 1970-1998*. Flacso.
- Rodríguez, E. (2014a). Comportamiento electoral, programas sociales focalizados y redes políticas en la Ciudad de México. En A. Cazarín, M. Ávila, R. de la Peña y R. Ibarra (coords.), *Federalismo electoral: Experiencias locales* (pp. 179-203). Sociedad Mexicana de Estudios Electorales.
- Rodríguez, E. (2014b). Participación corporativa y redes de control electoral: Los usos políticos de las organizaciones sociales en la Ciudad de México. En P. Castro y E. Rodríguez (coords.), *Continuidades, rupturas y regresiones. Contradicciones y paradojas de la democracia mexicana* (pp. 83-112). Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Iztapalapa, Juan Pablos Editor. https://www.academia.edu/25903195/Participaci%C3%B3n_corporativa_y_redes_de_control_electoral_los_usos_pol%C3%ADticos_de_las_organizaciones_sociales_en_la_Ciudad_de_M%C3%A9xico
- Sánchez, C. (2024, 5 de junio). *Así fue la votación en las alcaldías de Ciudad de México. Cifras y porcentajes de las coaliciones de partidos*. CNN México. <https://cnnespanol.cnn.com/2024/06/05/votacion-alcaldias-ciudad-mexico-cdmx-elecciones-partidos-orix/>
- Sánchez-Mejorada, M. (2004). De actores y programas sociales en la ciudad de México: El caso del programa de vivienda en lote familiar. *Andamios*, (1), 77-108. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632004000100004
- Swartz, M. (1969). Introducción (M. Mancilla, Trad.). En M. Swartz (ed.), *Local-Level Politics. Social and Cultural Perspectives* (pp. 1-46). University of London Press.
- Tejera, H. (2015a). Campos de dominación y ámbitos de condensación: El estudio multidimensional de las relaciones políticas en la ciudad de México. *Nueva Antropología*, 28(83), 99-121. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-06362015000200006
- Tejera, H. (2015b). *Participación ciudadana y estructura política en la Ciudad de México*. Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Iztapalapa, Gedisa.
- Tejera, H. (2016). *La gente no sabe por quién vota; tiene que hacerlo así, porque así se hace. Estructura política, identificaciones clientelas y procesos electorales en la Ciudad de México*. Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Iztapalapa, Gedisa.

- Tejera, H. (2023). *Antropología de los gobiernos locales y los procesos políticos en la Ciudad de México*. Gedisa.
- Tejera, H., y Rodríguez, E. (2015). Las paradojas de la democracia: Partido dominante, gobierno y redes políticas en la Ciudad de México. *Estudios Sociológicos de El Colegio de México*, 33(98), 375-408. <https://doi.org/10.24201/es.2015v33n0.6>
- Vommaro, G., y Combes, H. (2016). *El clientelismo político. Desde 1950 hasta nuestros días*. Siglo XXI Editores.
- Zapata, E. (2016). Clientelismo político. Un concepto difuso pero útil para el análisis de la política local. *Estudios Políticos*, (49), 167-185. <https://doi.org/10.17533/udea.espo.n49a09>