



Estudios Políticos

ISSN: 0185-1616

revistaestudiospoliticos@yahoo.com.mx

Universidad Nacional Autónoma de

México

México

Cruz Parceró, Luz María

Participación electoral en el Distrito Federal. El difícil tránsito en la construcción de capital social en un contexto de reproducción de relaciones clientelares

Estudios Políticos, vol. 9, núm. 17, mayo-agosto, 2009, pp. 25-42

Universidad Nacional Autónoma de México

Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=426439976002>

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

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Participación electoral en el Distrito Federal. El difícil tránsito en la construcción de capital social en un contexto de reproducción de relaciones clientelares

Luz María Cruz Parceró*

Resumen

La autora elabora un estudio sobre la participación ciudadana en el Distrito Federal y el vínculo que existe entre esta variable y la reproducción de relaciones clientelares. Tomando variables como el nivel socioeconómico y la participación electoral en el Distrito Federal pretende dar una interpretación socio-política sobre la formación política de la población de esta entidad federativa.

Palabras clave: Participación política, relaciones clientelares, cultura política.

Abstract

In this article the author elaborates a study about the citizen participation in the Federal District (Mexico City) and the relation it has with the reproduction of clientele relations. Taking variables such as socioeconomic level and electoral participation in the Federal District, she pretends to give a socio-political interpretation about the political formation of the population in the city.

Keywords: Political participation, clientele relationships, political culture.

Introducción

El comportamiento electoral es un tema fascinante que ha sido observado por diferentes autores y desde diversas perspectivas. Tanto desde la perspectiva de la escuela francesa (André Siegfried, 1948), (Francois Goguel, 1954), (Joseph Klatzmann, 1956), como de

* Maestra en Estudios Sociales por la UAM-Iztapalapa. Secretaria Académica del Centro de Estudios Políticos y Profesora de asignatura en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM.

las escuelas de Columbia (Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson, Hazel Gaudet, William N. Mc Phee; 1944) y Michigan (Angus Campbell, Philip Converse, Warren Miller, Donald Stokes, 1960) (V. O. Key Jr., 1966), encontramos invariablemente referencias a las formas en que la estructura social determina el comportamiento de los individuos en materia electoral.

Aunque son diversas las perspectivas de análisis, el estudio de las variables socioeconómicas y demográficas constituye uno de los núcleos duros, a partir de los cuales se han desprendido una buena cantidad de trabajos y ha quedado más que demostrado que este tipo de variables influyen y determinan el comportamiento electoral.

Con base en estas consideraciones, el presente trabajo parte de una perspectiva que encuentra en el contexto social los elementos explicativos del comportamiento electoral. En este sentido, el trabajo que ahora se presenta, explora los resultados obtenidos a partir de la asociación de las variables nivel socioeconómico y participación electoral en el Distrito Federal y pretende dar una interpretación socio-política de los resultados obtenidos, para lo cual delinearemos algunos de los núcleos y argumentos de teorías que desde una perspectiva general han abordado el tema de la participación, pero que al momento de intentar contrastarlas con los datos empíricos han resultado con ciertas limitaciones explicativas que han modificado el curso de nuestras propias interpretaciones y nos han obligado a buscar otros derroteros. Me refiero tanto a las teorías de la democracia y la modernización, como a los conceptos de clientelismo y capital social que serán abordados en este trabajo.

Una vez anotados los elementos teórico-conceptuales relevantes, presentaremos algunos resultados obtenidos en un trabajo de investigación más amplio¹ en el que se asociaron las variables participación electoral y niveles socioeconómicos. Es importante apuntar que han sido los mismos datos obtenidos los que nos han obligado a buscar líneas de interpretación más pertinentes y nos han llevado a la búsqueda de elementos más sutiles que se dan en el terreno de la cultura política.

¹ Luz María Cruz Parceró, *Participación ciudadana y preferencias electorales en el Distrito Federal 2000-2003*, tesis presentada para obtener el grado de Maestría en Estudios Sociales, UAM-I, 2006.

Límites y alcances teórico-conceptuales

Uno de los principales teóricos de la escuela de Michigan fue Angus Campbell (1960), quien utilizó la metáfora del embudo de la causalidad para explicar que en el acto de votar convergen una serie de factores de orden social, psicológico y político, cuyo resultado es el voto por un partido. Si bien en este trabajo no se consideró la variable del clientelismo que ahora nos ocupará, la metáfora resulta pertinente si entendemos que el voto, además de ser una decisión personal, está enmarcado en una serie de referentes contextuales entre los que se encuentran también las prácticas clientelares.

Estas prácticas clientelares que se reproducen de manera continua se contraponen a una construcción que la literatura de la última década ha definido como una forma de explorar las causas del desempeño de las democracias y las instituciones: el capital social. Puesto en estos términos, el concepto se percibe como antagónico al de clientelismo. Mientras el capital social se concibe como

aquellas reciprocidades materiales y simbólicas que existen y circulan en una red social, o bien, como la capacidad de acción colectiva que construyen las personas sobre la base de la confianza social, normas de reciprocidad y compromiso cívico (Medrano *et al.*, 2008, p. 6),

el clientelismo apunta a la reproducción de procesos en los que las estructuras e intereses partidistas se imponen y logran la negociación de votos por los recursos públicos de los que pueden disponer; se trata de una “red de fidelidades personales que pasa a través de un uso personal por parte de la clase política de los recursos estatales” (Bobbio, 1987, p. 273).

No obstante el antagonismo entre ambas formas, es importante destacar la persistencia de elementos comunes, como el de la confianza. En la literatura sobre el tema del capital social, la confianza entre los individuos es un elemento fundamental para la realización de empresas cooperativas, que se transforma en capital social cuando cada individuo confía en extraños. Este capital social reduce la expectativa de que los otros individuos no cooperarán, estimulando las prácticas asociativas (Temkin *et al.*, 2007). Aunque en un plano distinto, la confianza también constituye un elemento fundamental en las relaciones clientelares. Mientras en el proceso de intercambio de votos por artículos o promesas se crean lazos de confianza en el nivel patrón-cliente, en

términos de capital social se borra la relación patrón-cliente y la confianza se da en el nivel de los individuos que integran el grupo social.

Para el estudio del comportamiento electoral en México, es importante considerar ambas perspectivas aun cuando encontramos contextos en los que las relaciones de corte clientelar se manifiestan con mayor fuerza. Aludimos así a formas que estimulan el “intercambio” entre electores (en calidad de actores) y políticos (como agentes), mismas que se centran en algunos bienes particulares, aunque la viabilidad y persistencia de la reciprocidad clientelar no quede determinada por el tipo de bienes intercambiables (Kitschelet y Wilkinson, 2007).

Estas formas clientelares han sido tradicionalmente etiquetadas como indeseables en sociedades que avanzan por el camino democrático, por el hecho de estar representadas en términos de patrón-cliente. Scott y Tarrow, politólogos que entre 1960 y 1970 se dedicaron a estudiar las relaciones clientelares, afirmaban que el carácter estable, normativo y jerárquico atribuido al clientelismo no podría sobrevivir en ambientes de competencia electoral democrática, por el hecho de que la competitividad partidista dotaba a los clientes de una opción que los alejaba de la relación con el patrón (Kitschelet y Wilkinson, 2007).

En un sentido similar, autores como Lipset y Rokkan (1967) hablaban de grupos de influencia y poder en el nivel local y proponían que los procesos democratizadores generaban una competencia política que tendía a sobreponerse paulatinamente a los viejos grupos que ejercen influencia. Su propuesta fue retomar el esquema parsoniano de intercambios sociales A-G-I-L² y se preocuparon por desentrañar las relaciones I-L, donde según ellos se podía descubrir la identificación del sector de la estructura social donde los partidos encuentran apoyos más estables o donde se topaban con barreras impenetrables de recelo y rechazo (Lipset y Rokkan, 2001). Con base en el esquema parsoniano, las relaciones clientelares que influyen en las decisiones de algunos sectores del electorado se ubicarían en el sistema I-L, es decir, en la relación de integración (I) y mantenimiento de patrones de latencia (L).

² La idea central del esquema parsoniano es que todos los sistemas sociales se enfrentan a problemas relativos a: adaptación económica (A), logro de metas (G), integración (I) y mantenimiento de patrones de latencia (L). Estos sistemas cuentan con instituciones específicas o subsistemas que atienden estas cuatro funciones, entre los que podemos contar un subsistema adaptativo que es el de la economía, un subsistema para el logro de objetivos que corresponde a la política, un subsistema de integración en el que se encuentran las iglesias, asociaciones de voluntarios, organizaciones culturales y, finalmente, un subsistema de latencia para el mantenimiento de pautas en el que están las escuelas, los hogares y toda la red de relaciones informales en las comunidades.

Desde otra perspectiva planteada por las teorías sobre la modernización, se apuntaba que a mayores niveles de modernización de las sociedades, los lazos clientelares tenderían a desaparecer y a ser sustituidos por lazos fundados en la clase. También se afirmaba que el tránsito del estatismo a economías orientadas por el mercado limitarían las prácticas de clientelismo político (Levitsky, 2007).

Con base en lo que hasta aquí se ha dicho, los procesos democráticos asociados a la modernización debieron desdibujar las relaciones de tipo clientelar. No obstante, las expectativas democráticas sobre el tema del clientelismo no se han cumplido. En la práctica, lo que se ha observado es más bien la búsqueda de mecanismos de diversificación que han permitido la subsistencia de las relaciones clientelares a la par de mecanismos relacionados con la dotación de bienes públicos (Levitsky, 2007; Magaloni, Díaz-Cayeros y Estévez, 2007).

A partir de esta postura, surgen entonces algunas preguntas que requieren respuesta: ¿Qué es lo que da sustento a este tipo de relaciones? ¿Cómo podemos explicar su prevalencia y reproducción en contextos de competencia democrática? ¿A partir de los elementos sustantivos que definen las relaciones clientelares, pueden éstos transformarse en formas de capital social? Pero antes de buscar estas respuestas, es necesario identificar las características de los terrenos más fértiles o propicios para la reproducción de las relaciones clientelares.

El concepto de clivaje y su operacionalización en el Distrito Federal

Un concepto muy útil para la Ciencia Política es el de clivaje de Lipset y Rokkan (1967), quienes lo plantearon como la división social entre dos bandos opuestos de acuerdo a la posición que ocupan los individuos en la estructura social y que terminan configurando alineamientos entre los bandos de la sociedad y los partidos políticos. Con base en este concepto, es posible establecer estas líneas de división entre los estratos sociales que conforman el Distrito Federal, observar la participación electoral a la luz de supuestos que afirman que los sectores de estratos más bajos son menos participativos que los sectores de estratos altos, y finalmente caracterizar las relaciones sociales que se dan en estos contextos.

Aun con las críticas que han recibido los planteamientos de Lipset y Rokkan por parte de quienes afirman que el valor predictivo de las divi-

siones sociales ha llegado a su fin, en un escenario más individualista y sofisticado,³ creo que la persistencia de las relaciones clientelares es un elemento clave que nos permite demostrar lo contrario. Es justamente mediante la identificación de clivajes sociales donde podemos ubicar ciertos núcleos de población cuya participación política se guía por el clientelismo. Para ello, contamos con una radiografía del comportamiento electoral de los ciudadanos del Distrito Federal en dos procesos electorales: 2000 y 2003.

A partir de las divisiones o clivajes es posible observar sectores o grupos sociales en los que las prácticas de corte clientelar son más fuertes. En términos de Ludolfo Paramio (2000), se trata de observar aquella estructura social que define intereses que tienen un papel importante a la hora de determinar las preferencias de los electores.

Hemos observado que —tal y como lo ha apuntado Stoll— es en los vecindarios pobres donde el número de asociaciones en las que los individuos participan es mayor (Temkin *et al.*, 2007).

Los resultados del modelo de análisis que se presenta a continuación, nos han permitido observar pautas de comportamiento relacionadas con la participación y preferencias electorales en el Distrito Federal durante dos procesos sucesivos (2000 y 2003).⁴ Una de las virtudes del mismo parte de la búsqueda de explicaciones a la observación de comportamientos que parecieran atípicos a la luz de teorías que afirman

³ Ver S. Popkin, *The Reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*, Chicago, Chicago University Press, 1991. De acuerdo con Evans (2004, p. 57), estas críticas, provenientes desde la postura individualista, afirman que los votantes se alinean cada vez menos con las divisiones estructurales tradicionales y que ya no se alinearán con las nuevas divisiones sociales. Las decisiones son tomadas en función de los temas y no más en función de las bases sociales. Este punto de vista supone un electorado conformado por individuos con acceso a información política y con la habilidad de tomar decisiones bien informadas; sin embargo, este ideal de elector no caracteriza a la mayor parte del electorado, al elector común. Con ello queremos decir que si bien existe un cierto número de electores con tales características, también un gran número de votantes toman sus decisiones en función de sus grupos sociales de pertenencia. Es más, la mayor parte de los electores no siempre tienen ni el interés ni la capacidad de allegarse la información necesaria para formarse un juicio crítico. No obstante, esto no implica que no puedan decidir por algunas de las opciones que se les presentan. Es en este tipo de electores donde su pertenencia a un determinado entorno social, caracterizado por su estrato social, puede jugar un papel determinante.

⁴ Cabe aclarar que se trata de un análisis cuyas limitaciones están dadas en el espacio temporal debido a que solamente se han revisado los resultados de dos procesos electorales. En la medida en la que sean incorporados al modelo datos más recientes podremos afirmar o rechazar las hipótesis revisadas.

que la competencia electoral tiende a desdibujar las formas tradicionales de relaciones clientelares.

Modelo de análisis

Con base en una clasificación de las 5,534 secciones electorales que conforman el Distrito Federal, por niveles socioeconómicos de acuerdo con el *Libro mercadológico de la megaciudad de México*, se revisaron los datos de participación electoral y preferencias partidistas. Las secciones electorales se clasificaron en los niveles socioeconómicos A/B (alto), C+ (medio alto), C (medio), D+ (bajo-alto), D (bajo) y E (popular).

Para los fines de este trabajo, se presentan los resultados obtenidos mediante análisis de asociación con base en tablas cruzadas que relacionaron las variables nivel socioeconómico (variable independiente) y participación electoral (variable dependiente). Los datos de participación se trabajaron agrupados por cuartiles, de manera que para el proceso electoral del año 2000 el primer cuartil quedó con el rango de 27 a 4% de participación; el segundo cuartil, con 42 a 56%; el tercero, con 57 a 71%, y el último con 72 a 87%. Para el año 2003, el primer cuartil fue de 10 a 23%, el segundo de 24 a 37%, el tercero de 38 a 51% y el último de 52 a 64%, con una diferencia de 54 puntos porcentuales entre la participación más baja y la más alta. De esta manera cada sección electoral se ubicó en alguno de los cuartiles de participación.

Otro ejercicio importante que nos permitió revisar una de las hipótesis planteadas desde las teorías de la democracia y la modernización, en el sentido de que a mayor competencia las prácticas clientelares tienden a desdibujarse, fue la clasificación de distritos de acuerdo con el sistema de partidos predominante. Con base en la metodología utilizada por Guadalupe Pacheco (2005), se clasificaron los distritos electorales en: a) sistema de partido dominante (donde el partido en primer lugar obtuvo al menos el 60 por ciento, o bien cuando su votación fue inferior a 59.9 por ciento y la diferencia entre la votación relativa del primer partido y la del segundo fue igual o superior a 20 puntos); b) sistema bipartidista (competencia centrada en dos partidos, con un margen de diferencia en la votación inferior a 20 puntos porcentuales), y c) sistema tripartidista (competencia entre tres partidos cuando los tres obtienen como mínimo el 20 por ciento de la votación y como máximo 45).

Este ejercicio nos permitió localizar distritos con fuerte competencia en los que se asientan grupos políticos que negocian los votos con base en la formación de clientelas.

En el año 2000, 31 distritos fueron tripartidistas, siete bipartidistas PAN-PRD (II, XXI, XXVI, XXX, XXXV, XXXVIII y XXXIX), uno dominante PAN (XIX) y uno dominante PRD (XXXVII). Para el 2003, el escenario cambió de un formato predominante tripartidista a uno mayoritariamente con dominante PRD (22 distritos) y bipartidista PAN-PRD en 18. El formato de competencia tripartidista que se observó en el 2000 no llegó a desdibujar las relaciones clientelares; este formato se observó en distritos con clientelas muy sólidas como las de las delegaciones Cuauhtémoc o Iztapalapa.

Resultados

Los resultados del estudio empírico en el que se cruzaron las variables *nivel socioeconómico y participación electoral* en 2000 y 2003, arrojaron asociaciones medias-débiles para todas las delegaciones del Distrito Federal. Es importante destacar que en el caso de las delegaciones cuyos pobladores se ubican en los sectores socioeconómicos más bajos de la escala (Milpa Alta, Iztapalapa, Xochimilco, Tláhuac), los coeficientes de contingencia fueron poco más elevados que en delegaciones con mayor número de población ubicada en estratos elevados como Benito Juárez.

En las elecciones del año 2000, el cruce de variables nivel socioeconómico y participación electoral permitió observar porcentajes más altos de participación en secciones electorales con niveles socioeconómicos más elevados; para este caso, un mayor nivel socioeconómico sí resultó determinante para una elevada participación electoral —lo cual puede explicarse en función del efecto Fox, es decir, los sectores mejor posicionados acudieron en mayor número a las urnas en función de una expectativa de cambio encabezada por el candidato de la Alianza por el Cambio (PAN y PVEM). Sin embargo, en el proceso electoral del 2003 se observó una caída parcial leve en la participación de los niveles socioeconómicos más altos. Mientras en el proceso del 2000 el nivel socioeconómico más participativo se localizó en el sector mejor posicionado en la escala social (A/B), para el siguiente proceso (2003) los estratos más participativos se localizaron en las secciones electorales de nivel socioeconómico medio (C y C+). De las 16 delega-

ciones, la única donde el sector mejor posicionado en la escala social (A/B) participó más que las otras fue en Gustavo A. Madero y sólo en el proceso electoral del año 2000. Salvo esta excepción, el estrato socioeconómico de mayores ingresos y más altos niveles educativos no resultó ser el más participativo en ninguna otra delegación.

En el cuadro que se presenta a continuación se observa que los coeficientes de correlación más altos se obtuvieron en las delegaciones Coyoacán, Magdalena Contreras y Venustiano Carranza, esto en el año 2000. Para el año 2003, los coeficientes más elevados se observaron en La Magdalena Contreras, Cuajimalpa de Morelos y Gustavo A. Madero.

CUADRO 1
Asociación de variables
Nivel socioeconómico-participación

<i>Delegación</i>	<i>Coeficiente de contingencia NSE-% Participación</i>	
	<i>2000</i>	<i>2003</i>
Distrito Federal	0.318	0.306
Coyoacán	0.476	0.409
La Magdalena Contreras	0.460	0.525
Venustiano Carranza	0.443	0.297
Miguel Hidalgo	0.415	0.445
Alvaro Obregón	0.407	0.397
Milpa Alta	0.396	0.315
Tlalpan	0.373	0.359
Gustavo A. Madero	0.353	0.455
Iztapalapa	0.342	0.350
Xochimilco	0.339	0.360
Cuajimalpa de Morelos	0.284	0.466
Cuauhtémoc	0.262	0.288
Iztacalco	0.234	0.412
Tláhuac	0.209	0.187
Azcapotzalco	0.208	0.212
Benito Juárez	0.034	0.037

FUENTE: Elaboración propia

Tomando las delegaciones como unidades de análisis, se observó que las secciones electorales clasificadas en niveles socioeconómicos más elevados no resultaron las más participativas.

Otra hipótesis que se sometió a prueba decía que a menor nivel socioeconómico menor sería la participación. Esto tampoco se confirmó en la investigación. En algunas delegaciones como Azcapotzalco, Cuajimalpa de Morelos, Cuauhtémoc (sólo en 2003) y Miguel Hidalgo, se registró mayor participación en secciones de estratos bajos que en secciones mejor posicionadas socioeconómicamente. Es decir, en el hecho de pertenecer al nivel socioeconómico más bajo en la escala social no se percibe una relación fuerte que permita apuntar una hipótesis contundente en este sentido.

En términos generales, en ambos procesos electorales es más bien en los estratos de nivel socioeconómico medio donde se observaron mayores regularidades y el mantenimiento de una pauta de participación más elevada que en el resto de los estratos. Esto fue así en las delegaciones Álvaro Obregón, Cuajimalpa de Morelos, Iztacalco, Iztapalapa, La Magdalena Contreras, Tlalpan, Venustiano Carranza y Xochimilco, tanto en el año 2000 como en el 2003.

En delegaciones como Cuauhtémoc, Miguel Hidalgo y Milpa Alta, llama la atención que los resultados se disparan entre los dos años. En el caso de Cuauhtémoc, las secciones donde predomina el estrato medio alto (C+) fueron las más participativas en el año 2000, pero para el 2003 este sitio lo ocuparon secciones de estrato bajo (D). Algo similar ocurrió en Miguel Hidalgo, en el año 2000 la participación más alta se registró en el nivel C+, pero para 2003 fue en ese estrato donde se dio el segundo porcentaje de votación más bajo. En ambas delegaciones esto puede explicarse también por el “efecto Fox”. En Milpa Alta, la situación fue a la inversa, el mayor porcentaje del año 2000 se observó en el nivel D y ya para el 2003 en el C (medio).

Contrario a lo que varios autores han afirmado en el sentido de que la pertenencia de los individuos a estratos socioeconómicos bajos constituye un aspecto fuertemente relacionado con la baja participación ciudadana, el análisis de nuestras variables demostró que esto no siempre funciona así, por lo que resulta necesario buscar explicaciones en la cultura política y las formas de participación clientelar.

Si entendemos la participación como una acción que se cumple en solidaridad con otros y que cuanto más un individuo está inserto en un grupo homogéneo, mayor será su participación política (Pizzorno, 1975, p. 39), las afirmaciones que apuntan a que los sectores de niveles so-

cioeconómicos más bajos tienden a participar menos, no encuentra sustento. En este punto podríamos apuntar que no es el nivel socio-económico el elemento determinante sino la construcción de lazos de solidaridad, la confianza y el sentido o necesidad de pertenencia, los elementos que tienen que incorporarse en el modelo de análisis. Finalmente, las relaciones clientelares también cumplen la función de aglutinar y dotar de sentido de pertenencia a los individuos.

Líneas de trabajo pendientes

Toda vez que estamos ante un proceso social, sería muy aventurado intentar algún tipo de conclusión preliminar. Me parece más importante plantear las líneas por las que podríamos seguir avanzando a fin de dotar de una lógica propia a este entramado tan complejo de relaciones socio-políticas que suceden el terreno de la cultura política y se vinculan con las formas tradicionales que han sustentado las relaciones partido-elector. Sería entonces necesario revisar la perspectiva de la cultura política del electorado capitalino o las “culturas políticas”, que de acuerdo con Héctor Tejera (2003):

...las relaciones políticas no pueden estudiarse con base en una estrategia que defina una cultura específica, la que generalmente se denomina como cultura política. Dichas relaciones políticas son, en realidad, expresiones peculiares de la cultura cuando ésta se pone en juego en el ámbito de las relaciones de poder; expresiones que se generan y son motivadas por el carácter particular que muestran las negociaciones y enfrentamientos políticos.

La diferencia entre la propuesta del autor y la perspectiva de la cultura política estriba en que Tejera no considera a la cultura política como

un producto “en parte” de la cultura, sino como una expresión de la Cultura (con mayúsculas) en el ámbito de las relaciones políticas. Ámbito en el cual adquiere características particulares debido al deseo de los actores sociales por alcanzar determinados objetivos con base en la negociación política (Tejera, 2003).

Consideramos que el estudio de la relación patrón-cliente en el contexto del Distrito Federal tendría que partir de una suerte de elementos autoreferenciales que permitan afirmar las características y peculiaridades de la reproducción de las relaciones clientelares en cada uno de

los contextos y después, en un segundo momento, considerar aquellos elementos afines que permitan establecer similitudes entre los diferentes contextos.

Por otro lado, sería importante revisar la dinámica de estas relaciones clientelares en contraposición con la idea de capital social que hemos delineado arriba. Sabemos que las relaciones clientelares constituyen formas de vinculación más socorridas que las estrategias electorales profesionales, generando una círculo vicioso por el cual las estructuras que permiten el contacto directo (y la obtención de beneficios materiales) con los votantes, siguen siendo altamente efectivas en contextos de pobreza y bajos niveles educativos (Levitsky, 2007, p. 209).

En esta lógica, de acuerdo con Kitschelet y Wilkinson (2007), los políticos se abocan a la identificación de los recursos que pueden extraer y ofrecer a los clientes a cambio de sus esfuerzos en materia electoral. Más aún, construyen estructuras de organización y redes sociales de supervisión que puedan monitorear de manera individual o grupal; es decir, buscan relaciones de intercambio viables.

Una idea que reproduce Nohlen de Scharpf afirma que en las elecciones, “la desventaja de los sectores socioeconómicos inferiores es mucho menor que en las formas más complicadas de participación activa”, lo que nos habla de una reducción de los márgenes de desigualdad. Un cuestionamiento que queda en el aire y que será objeto de observaciones posteriores más acuciosas va en el sentido de revisar si, con base en este tipo de relaciones clientelares, es posible la reducción de márgenes o más bien se reproducen porque justamente existe detrás un interés explícito en ello. Me atrevería a afirmar que, en un contexto de desigualdad social, las elecciones ligadas al clientelismo tienden a sostener y reproducir las desigualdades porque justamente, en una relación clientelar, resulta más barato comprar los votos de los pobres.

Bibliografía

Anduiza, Eva, Agustí Bosch, *Comportamiento político y electoral*, Barcelona, Ariel, 2004.

Beck, Paul Allen, Russell J. Dalton, Steven Greene, “The Social ‘Calculus’ of Voting: Media, Organization, and Interpersonal Influences on Presidential Choices”, marzo 2001, [http:// workingpapers.org/amerpol.htm](http://workingpapers.org/amerpol.htm)

Berelson, Bernard R., Paul F. Lazarsfeld, William N. Mc. Phee, *Voting*, Chicago, University of Chicago Press, 1954.

Bobbio, Norberto y N. Matteucci, voz "Clientelismo", *Diccionario de Política*, México, Siglo XXI Editores, 1987.

Buró de Investigación de Mercados, *Libro Mercadológico de la megaciudad de México*, México, 1998.

Campbell, Angus, Philip E. Converse, Warren E. Miller, *The American Voter*, Chicago, University of Chicago Press, 1960.

Cancino, César, "Democracia y capital social. El papel de las organizaciones de la sociedad civil en el fomento de la participación ciudadana en México", en *Cultura política y participación ciudadana en México antes y después del 2006*, México, SEGOB, 2007.

Dunleavy, Patrick, "The Urban Basis of Political Alignment: Social Class, Domestic Property Ownership, and State Intervention on Consumption Processes", *British Journal of Political Science*, no. 9, part. 4, octubre 1979, pp. 409-443.

Evans, Geoffrey, *The End of Class Politics? Class Voting in Comparative Context*, Oxford, Oxford University Press, 1999.

Evans, Jocelyn A. J., *Voters & Voting*, Londres, SAGE Publications Ltd, 2004.

Goguel, François, *Nouvelles études de sociologie électorale*, París, Armand Colin, 1954.

Key, V. O., Jr., *The Responsible Electorate. Rationality in Presidential Voting, 1936-1960*, Cambridge, Harvard University Press, 1966.

Key, V. O., "A Theory of Critical Elections", *Journal of Politics*, vol. 17, 1955.

Kitschelet Herbert; Steven I. Wilkinson, *Patrons, Clients, and Policies. Patterns of Democratic Accountability and Political Competition*, Cambridge University Press, U.K., 2007.

Klatzmann, Joseph, Raymond Boudon, "Comportamiento electoral y clase social", en *Metodología de las ciencias sociales*, Barcelona, Laia, vol. II, 1956, pp. 285-299.

Lazarsfeld, Paul F., Bernard R. Berelson, Hazel Gaudet, *The People Choice. How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign*, New York, Columbia University Press, 1944.

Levitsky, Steven, "From populism to clientelism? The transformation of labor-based party linkages in Latin America", en Kitschelet Herbert; Steven I. Wilkinson, *Patrons, Clients, and Policies. Patterns of Democratic Accountability and Political Competition*, Cambridge University Press, U.K., 2007.

Lipset, S. M., S. Rokkan, *Party Systems and Voter Alignments: Cross National Perspectives*, New York, The Free Press, 1967.

——— “Estructuras de división, sistemas de partidos y alineamientos electorales”, en Albert Batlle, *Diez textos básicos de ciencia política*, Barcelona, Ariel, 2001.

Lipset, Seymour Martin, “Cleavages, parties and democracy”, en Laurie Karvonen y Stein Kuhnle, *Party Systems and Voter Alignments Revisited*, New York, Routledge, 2002, pp. 3-9.

Magaloni, Díaz-Cayeros y Estévez, “Clientelism and portafolio diversification: a model of electoral investment with applications to Mexico”, en Kitschelet Herbert; Steven I. Wilkinson, *Patrons, Clients, and Policies. Patterns of Democratic Accountability and Political Competition*, Cambridge University Press, U.K., 2007.

Medrano González, Arzuaga, Vivero y Tinoco, “El uso del capital social en el estudio de las democracias contemporáneas”, en *Reflexiones de política democrática*, México, Instituto Electoral del Estado de México, 2008.

Norris, Pippa, “Participación ciudadana: México desde una perspectiva comparativa”, <http://www.gobernacion.gob.mx/coloquio/Abs/05E%-20Norris.htm>

Pacheco, Guadalupe, “Hacia un sistema de partido dominante en el Distrito Federal: la consolidación electoral del PRD, 1997-2003”, *Revista Veredas*, año 6, núm.10, México, Universidad Autónoma Metropolitana/Unidad Xochimilco, 2005, pp. 39-58.

Paramio, Ludolfo, “Clase y voto: intereses, identidades y preferencias”, Ponencia IV, *Congreso Español de Sociología*, Coruña, España, 24-26 de septiembre, 2000.

Pizzorno, Alessandro, “Introducción al estudio de la participación política”, en M. Kaplan, A. Pizzorno y M. Castells, *Participación y cambio social en la problemática contemporánea*, Argentina, 1975.

Sauerwein, Jacques, Alain de Vulpian, “Description des attitudes électorales collectives au moyen de l’analyse hiérarchique”, en Francois Goguel, *Nouvelles études de sociologie électorale*, París, Armand Colin, 1954, pp. 153-184.

Siegfried, André, *Geographie electorale de l’ardeche sous la III République*, *Cahiers de la Fondation Nationale des Sciences Politiques*, París, Armand Colin, 1948.

Tejera, Héctor, “No se olvide de nosotros cuando esté allá arriba”, en *Cultura, ciudadanos y campañas políticas en la ciudad de México*, México, Universidad Autónoma Metropolitana/Universidad Iberoamericana/Miguel Angel Porrúa, 2003.

Temkin Y., Benjamín, Rodrigo Salazar, Sandra Solano y Mario Torrico, "Capital social o estructura política: explorando la participación ciudadana", en SEGOB, *Cultura política y participación ciudadana en México antes y después del 2006*, México, 2007, pp. 135-152.

CUADRO 2
Participación electoral según nivel socioeconómico.
Elección de Diputados de Mayoría Relativa 2000 y 2003
en el Distrito Federal

NSE	<i>Alvaro Obregón</i>		<i>Azcapotzalco</i>		<i>Benito Juárez</i>		<i>Coyoacán</i>		<i>Cuajimalpa de Morelos</i>		<i>Cuauhtémoc</i>	
	<i>2000</i>	<i>2003</i>	<i>2000</i>	<i>2003</i>	<i>2000</i>	<i>2003</i>	<i>2000</i>	<i>2003</i>	<i>2000</i>	<i>2003</i>	<i>2000</i>	<i>2003</i>
A/B	73.12%	46.67%							70.57%	42.80%		
C+	76.83%	53.32%	68.72%	45.38%	72.70%	47.90%	72.62%	46.27%	72.95%	51.53%	68.54%	43.34%
C	72.53%	47.04%	71.17%	47.31%	73.07%	47.95%	75.52%	49.12%	68.87%	44.04%	67.19%	44.95%
D+	67.69%	44.73%	72.47%	48.98%	75.35%	51.29%	69.07%	42.55%	70.69%	45.66%	64.32%	41.92%
D	67.48%	41.67%	72.61%	50.02%					70.67%	46.38%	56.42%	44.98%
E	68.97%	45.23%							69.48%	44.90%		

FUENTE: Elaboración propia.

CUADRO 2 (CONTINUACIÓN)
Participación electoral según nivel socioeconómico.
Elección de Diputados de Mayoría Relativa 2000 y 2003
en el Distrito Federal

NSE	<i>Gustavo A. Madero</i>		<i>Iztacalco</i>		<i>Iztapalapa</i>		<i>Magdalena Contreras</i>		<i>Miguel Hidalgo</i>		<i>Milpa Alta</i>	
	<i>2000</i>	<i>2003</i>	<i>2000</i>	<i>2003</i>	<i>2000</i>	<i>2003</i>	<i>2000</i>	<i>2003</i>	<i>2000</i>	<i>2003</i>	<i>2000</i>	<i>2003</i>
A/B	73.56%	46.97%					74.13%	50.66%	68.75%	40.72%		
C+	73.41%	47.27%	77.83%	52.99%			72.31%	45.17%	72.08%	46.84%		
C	72.47%	47.63%	70.07%	44.21%	72.03%	45.68%	74.40%	48.16%	70.55%	47.19%	62.98%	47.05%
D+	69.64%	43.89%	69.56%	43.12%	66.75%	40.32%	70.02%	43.50%	70.24%	47.77%	65.51%	44.48%
D	67.37%	40.71%			63.17%	35.79%	68.23%	41.77%	70.51%	48.33%	68.55%	47.01%
E	61.61%	34.74%					59.52%	30.63%				

FUENTE: Elaboración propia.

CUADRO 2 (CONTINUACIÓN)
Participación electoral según nivel socioeconómico
Elección de Diputados de Mayoría Relativa 2000 y 2003
en el Distrito Federal

NSE	<i>Tláhuac</i>		<i>Tlalpan</i>		<i>Venustiano Carranza</i>		<i>Xochimilco</i>	
	<i>2000</i>	<i>2003</i>	<i>2000</i>	<i>2003</i>	<i>2000</i>	<i>2003</i>	<i>2000</i>	<i>2003</i>
A/B			74.57%	48.88%				
C+								
C			75.13%	49.14%	73.24%	47.71%	72.05%	44.22%
D+	67.94%	41.03%	70.48%	44.66%	68.79%	42.92%	68.91%	40.96%
D	69.47%	41.69%	65.59%	39.00%			64.42%	38.31%
E	67.56%	39.99%	66.43%	41.55%	66.09%	38.27%	66.49%	39.25%

FUENTE: Elaboración propia.