

MANUEL ALEJANDRO RAMOS LÓPEZ

La morfología del clientelismo político y sus consecuencias en la democracia de Cuautitlán (2018-2021)



• INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO DE MÉXICO •

La morfología del clientelismo político
y sus consecuencias en la democracia
de Cuautitlán (2018-2021)



La morfología del clientelismo político y sus consecuencias en la democracia de Cuautitlán (2018-2021)

Manuel Alejandro Ramos López

Serie
Investigaciones
Jurídicas y Político-Electorales

Toluca, México • 2024

JS211
I3 E4 2024

Ramos López, Manuel Alejandro

La morfología del clientelismo político y sus consecuencias en la democracia de Cuautitlán (2018-2021) / Manuel Alejandro Ramos López — 1a. ed. — Toluca, México: Instituto Electoral del Estado de México, 2024.

245 p.— (Serie Investigaciones Jurídicas y Político-Electorales)

ISBN 978-607-8818-36-5

ISBN de la versión electrónica 978-607-8818-37-2

1. Política.
2. Práctica - Corrupción.
3. Política - Cuautitlán - Estado de México.
4. Clientelismo.

Esta investigación, para ser publicada, fue arbitrada y avalada por el sistema de pares académicos en la modalidad de doble ciego.

Serie: Investigaciones Jurídicas y Político-Electorales.

Primera edición, 2024.

D. R. © Manuel Alejandro Ramos López, 2024.

D. R. © Instituto Electoral del Estado de México, 2024.

Paseo Tollocan núm. 944, col. Santa Ana Tlapaltitlán,
Toluca, México, C. P. 50160.

www.icem.org.mx

Derechos reservados conforme a la ley

ISBN 978-607-8818-36-5

ISBN de la versión electrónica 978-607-8818-37-2

Los juicios y las afirmaciones expresados en este documento son responsabilidad del autor, y el Instituto Electoral del Estado de México no los comparte necesariamente.

Impreso en México.

Publicación de distribución gratuita.

Recepción de colaboraciones en <https://publicaciones.icem.org.mx>

INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO DE MÉXICO

CONSEJO GENERAL

Amalia Pulido Gómez
CONSEJERA PRESIDENTA

Laura Daniella Durán Ceja
Francisco Bello Corona
Sandra López Bringas
Paula Melgarejo Salgado
Patricia Lozano Sanabria
Karina Ivonne Vaquera Montoya
CONSEJERAS Y CONSEJERO ELECTORALES

Francisco Javier López Corral
SECRETARIO EJECUTIVO

REPRESENTANTES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

PAN	Alfonso Guillermo Bravo Álvarez Malo
PRI	Víctor Capilla Mora
PRD	Araceli Casasola Salazar
PT	José Eduardo Díaz Antón
PVEM	Fabián Enríquez Gamiz
MC	Anselmo García Cruz
Morena	José Francisco Vázquez Rodríguez
NA Edomex	Efrén Ortiz Alvarez

Índice

Introducción	XI
Capítulo 1. Democracia y clientelismo político	1
1.1. Elementos conceptuales que definen a un régimen político democrático y autoritario	5
1.1.1. <i>Participación política y electoral en las democracias</i>	12
1.1.2. <i>Competencia política reflejada en grupos de oposición</i>	14
1.1.3. <i>Representación y rendición de cuentas como insumos de la legitimidad democrática</i>	17
1.2. Clientelismo político en democracias mínimas	22
1.2.1. <i>Actores a escena en la relación clientelar</i>	23
1.2.2. <i>Dimensiones analíticas del clientelismo político</i>	26
1.2.3. <i>Clientelismo tradicional y clientelismo moderno</i>	28
1.3. Teoría morfológica de los partidos políticos	34
1.3.1. <i>Partidos como actores en la democracia</i>	36
1.3.2. <i>Sistema de partidos como estructura y competencia</i>	37
1.3.3. <i>Número efectivo de partidos como herramienta de análisis</i>	39
1.3.4. <i>Clientelismo de partido en sistemas partidarios plurales</i>	41
1.4. Consecuencias del clientelismo en la democracia	42
1.5. Conclusión del capítulo	45
Capítulo 2. El sistema partidario en México y su reestructuración en Cuautitlán México	47
2.1. La perduración de la transición política en México	50
2.1.1. <i>Inicio de la transición mexicana a finales del siglo xx</i>	51
2.1.2. <i>¿Transición fallida o en curso? México en el siglo XXI</i>	56
2.1.3. <i>Clientelismo a nivel federal después de la alternancia (2000-2018)</i>	61

2.2. Un acercamiento numérico al municipio de Cuautitlán México	66
2.2.1. <i>La estructura demográfica de Cuautitlán</i>	66
2.2.2. <i>Los hogares de Cuautitlán y sus servicios</i>	69
2.2.3. <i>Economía y desigualdad en Cuautitlán</i>	71
2.3. Partidos efectivos en Cuautitlán México (2004-2018)	74
2.3.1. <i>Tripartidismo y doble alternancia</i>	75
2.3.2. <i>Reacomodo de partidos efectivos a partir de 2018</i>	80
2.3.3. <i>Reestructuración de partidos efectivos en Cuautitlán México</i>	83
2.3.4. <i>Morena, 2018-2021: políticas sociales vs. paquete de políticas programáticas electorales</i>	87
2.4. Conclusión del capítulo	89

Capítulo 3. La estructura de las relaciones clientelares en Cuautitlán México (2018-2021) 91

3.1. Clientelismo político maximizador de ganancias en el accionar de sus participantes	94
3.1.1. <i>Acción social con arreglo a fines en las relaciones clientelares</i>	94
3.1.2. <i>Tradicición y afectos presentes sin sobresalir</i>	101
3.1.3. <i>Ilusionariedad doble en la conclusión del trato clientelar</i>	106
3.2. El tránsito de círculos externos a círculos internos: necesidades y bienes de intercambio como elementos vinculantes	110
3.2.1. <i>Círculos internos y bienes burocráticos en interacción</i>	111
3.2.2. <i>Necesidad de votos y la inclusión de clientes externos</i>	115
3.2.3. <i>Acceso a comunicación diferenciada en círculos internos y externos</i>	120
3.3. Reciprocidades débiles y herramientas de coerción	123
3.3.1. <i>Herramientas poco eficaces que fortalecen la certidumbre del trato</i>	123
3.3.2. <i>Coerción en reciprocidades débiles</i>	127
3.4. Conclusión del capítulo	131

Capítulo 4. Clientelismo moderno con tintes tradicionales y la democracia de Cuautitlán (2018-2021)	135
4.1. Competencia partidaria y legitimidad: aspectos débiles en el juego clientelar de Cuautitlán	138
4.1.1. <i>Competencia partidaria en partidos del sistema partidario en Cuautitlán</i>	139
4.1.2. <i>Dominación por constelación de intereses: legitimidad en la integración al sistema político sin creencia en la autoridad</i>	143
4.2. Participación convencional derivada en sufragio y el clientelismo de Cuautitlán	149
4.2.1. <i>De las acciones cotidianas a las electorales</i>	150
4.2.2. <i>Demandas comunitarias e individuales expresadas sin éxito</i>	154
4.2.3. <i>Sufragio: participación ciudadana resumida en un voto</i>	158
4.3. Rendición de cuentas y evaluación a representantes: intereses y expectativas rotas en el gobierno de Morena (2018-2021)	164
4.3.1. <i>Introspección y retrospección en los clientes de Cuautitlán: evaluaciones duales en el clientelismo político</i>	164
4.3.2. <i>Entre la imagen y la práctica de los partidos políticos</i>	168
4.3.3. <i>A la espera de respuestas en el gobierno 2021-2024: la proyección de la ilusionariedad y representación fallida</i>	173
4.4. Conclusión del capítulo	177
Conclusiones generales	179
1. Hallazgos en la morfología del clientelismo político	182
2. Consecuencias del clientelismo en la democracia	187
3. Ventajas y desventajas metodológicas	192
4. Temas pendientes a futuro	195
Anexos	197
Anexo 1. Metodología	197
Anexo 2. Datos sociodemográficos	217
Bibliografía	227

Introducción

EL OBJETIVO GENERAL DEL PRESENTE TRABAJO es analizar la morfología del clientelismo político vivido por los clientes y mediadores del municipio de Cuautitlán México en el periodo 2018-2021, mediante un estudio cualitativo con la aplicación de entrevistas, y así delimitar las consecuencias que trae consigo en la calidad de la democracia del municipio. El clientelismo político se entiende como una relación de intercambio de bienes y servicios entre al menos dos participantes necesitados. Cabe resaltar que la concepción de *morfología* se adscribe a la postura metodológica de Durkheim, la cual propone que los hechos sociales son únicos, es decir, un complejo holístico de partes en mutua interacción (Durkheim, 2001).

Por lo tanto, el tema puede ser analíticamente segmentado en partes específicas (que pueden verse expresadas en sus participantes, su acción social de trasfondo o su misma relación con la democracia). Aun así, siempre están en interacción y la relación clientelar puede definirse como una forma de hacer, sentir y pensar, independiente de las manifestaciones individuales, suigéneris y coercitivas, o sea, un hecho social instalado en determinados contextos colectivos con los que se van forjando determinadas formas y representaciones en las mentalidades individuales; así, por otro lado la acción social weberiana será un instrumento de análisis para el sentido mentado construido a partir de los hechos sociales, es decir, un elemento en la objetivación de la construcción social de la realidad (Berger y Luckmann, 1968).

El clientelismo político tiene su apogeo en la etapa del régimen priísta. Los caciques urbanos y rurales se profesionalizaron y repartían bienes y servicios a sus círculos de clientes (en una estructura corporativista, barrial o comunitaria) a cambio de apoyo político hacia el Partido Revolucionario Institucional (PRI), utilizando métodos de coerción para aquellos clientes que no cumplían su parte del trato (Fox, 1994; Vommaro y Combes, 2015). Esa estructura vertical, rígida y coercitiva ha sobrevivido a los procesos de transiciones democráticas, lo cual se puede visualizar, por ejemplo, en la compra, la coerción y la desinformación al votante (Serra, 2016).

Aun así, de la misma forma, con las transiciones político-democráticas de finales de los años noventa, el clientelismo político se transformó. Los patrones (tomando como indicadores a los partidos políticos para medir su número) se diversificaron, los métodos de coerción se redujeron y aparecieron nuevas formas de adquisición clientelar de apoyo político (Müller, 2012; Tosoni, 2007; Serra, 2016). Derivado de esto los clientes tienen un margen más grande de elección de patrones (según lo que estén intercambiando y el momento en el que lo hagan) y su decisión final favorecerá al de su preferencia (Schröter, 2012). Sus consecuencias pueden estar inclinadas, sin ser excluyentes, al cooperar u obstruir la transición democrática.

Lo anterior derivó en dos grandes corrientes de análisis del clientelismo político, que, a su vez, relacionan la variable democracia como parte de su explicación (Moreno Luzón, 1999). Por ello, se pueden encontrar quienes lo señalan como una patología de la democracia, frente a los que lo definen como parte del desarrollo político independiente del grado de la democracia e, incluso, como parte de ésta (Combes, 2011). Por lo tanto, la propuesta analítica en el presente se basa en tomar categorías analíticas y contrastarlas empíricamente, es decir, utilizarlas al estilo típico ideal weberiano (Weber, 1997).

Para esto, se necesita aterrizar dicho acervo teórico en un caso particular como el clientelismo de Cuautitlán México (2018-2021). Aun así, es necesario señalar que el presente trabajo, por

un lado, es un estudio de caso construido, el cual parte de ideas y evidencia empírica en mutua interacción, en el que la primera provee elementos para que la segunda logre una generalización analítica y, por lo tanto, la construcción teórica específica del caso (Ragin, 2000). Y por otro, se pretende adscribir a un estudio de caso instrumental, el cual pretende construir generalizaciones teóricas acerca del caso tratado que puede ser uno entre varios casos (Gundermann Kröll, 2013).

Regresando a la parte de la generalización, el mismo Gun-derman Kröll (2013) distingue la generalización estadística de la analítica. La primera parte de una muestra representativa (propia de estudios cuantitativos) del caso, que es un fragmento seleccionado desde lo numérico. En la generalización analítica, por su parte, su objetivo es contrastar teoría con material empírico y, con ello, llegar a comprobarla, refutarla o enriquecerla, es decir, el caso de Cuautitlán se fue construyendo con el fin de extraer postulados teóricos, los cuales parten de un marco analítico pre-construido o, en términos weberianos, al contrastar un cúmulo de tipos ideales en el trabajo de campo.

Por tal motivo la representatividad en la selección del caso es meramente teórica, debido a la intención de poner a prueba el acervo conceptual construido por el investigador. El contexto que se eligió (Cuautitlán 2018-2021) no es el caso tal cual, más bien es una oportunidad de estudiar el caso teórico (el clientelismo político) que será construido a partir del armazón conceptual. Por lo que la postura elegida confirma la estructura constructivista de este estudio y, además, refuerza su trasfondo típico ideal weberiano.

Aun así, los referentes contextuales, aunque no son el objeto de estudio del caso, son cruciales. Un referente general es a partir de las elecciones (federales y locales) de 2018, debido a que se ha tenido otro proceso coyuntural (como en 2000) que afecta la morfología del clientelismo, el cual, siguiendo la lógica de la postura adaptativa, se ha reestructurado y esto trae como resultado que dicha práctica conlleve efectos en el funcionamiento de la democracia mexicana. En el caso del contexto

actual, la oposición ha señalado las políticas sociales de Andrés Manuel López Obrador como clientelares, haciendo alusión a las que llegó a implementar durante su jefatura de gobierno (Greene y Simpser, 2020).

A nivel municipal, siendo muchos los casos, con la llegada de Morena al poder, los paquetes de políticas se ven como clientelares de una forma explícita a ciertos grupos (que involucran servicios como luz, seguridad, educación), lo que conlleva la desaprobación de la oposición, que es la misma que a nivel federal. En cuanto a información numérica, el Latinobarómetro (2018)¹ marca que 50 % de los informantes mexicanos vieron a políticos intercambiar regalos por apoyo. Esto hace evidente que el clientelismo está presente (tanto a un nivel estatal como partidario) y es un tema de importancia para su tratamiento en el contexto mexicano, para delimitar su repercusión en la democracia.

Lo que se encuentra, por lo tanto, es una reconfiguración de los patrones políticos dentro y fuera del gobierno en el periodo 2018-2021. Morena se estableció como la fuerza política dominante tras su victoria arrasadora. Como resultado, por un lado, los clientes tienen una gama diversificada de patrones con los que pueden hacer tratos, aumentando la posibilidad de maximizar las ganancias y elegir a quienes ellos consideren el mejor postor; y, por otro, incentivó a los partidos opositores a implementar estrategias de control democrático en relación con el partido en el poder (IEEM, 2018a y 2018b).

Cuautitlán México es el lugar de análisis por su cercanía con las prácticas clientelares que se han observado en su historia (Mendoza, Ortega y Cadena, 2012). Lo anterior se adscribe a lo que se fue viviendo a niveles estatales más altos (así como en el ámbito nacional), lo cual fue autoritarismo en el siglo xx y se fueron transformando conforme fue avanzando el tiempo y se reestructuró el régimen político mexicano (Zeferino, 1995). Es

¹ El porcentaje es resultado de la pregunta P66STC: "Durante la última campaña electoral, ¿vio a candidatos o personas de los partidos repartiendo regalos o favores en su barrio?" (Latinobarómetro, 2018).

decir, el municipio cuenta con elementos para analizar la relación clientelismo político y democracia.

Aun así, no es un caso aislado, debido a la semejanza que tiene con el conjunto de municipios mexiquenses categorizado como el Corredor Azul, los cuales son municipios contiguos que se caracterizaron por sus alternancias políticas (además de su desarrollo a nivel de servicios y educación) en los años noventa (en las cuales el Partido Acción Nacional [PAN] fue el vencedor y protagonista), sin embargo, regresaron al poder el PRI y gobiernos de Movimiento Regeneración Nacional (Morena) en 2018. Además, en 2021, algunos de dichos municipios se caracterizaron por las victorias de la coalición PRI-PAN-Partido de la Revolución Democrática (PRD). Es decir, Cuautitlán es un ejemplo de dicho fenómeno en el Estado de México.

Aunque, de la misma forma ostenta particularidades específicas que adhieren el presente trabajo a un estudio de caso, por un lado, el municipio tuvo alternancia política antes que los demás del Corredor Azul, esto producto de la movilización política del PAN desde los años setenta (Zeferino, 1995). Y, por otro, el regreso del PRI fue a principios de los dos mil (contexto en el que la mayoría de los municipios del corredor estaban teniendo sus alternancias). Por lo tanto, el PRI estuvo 15 años (2003-2018) hasta el surgimiento y establecimiento de Morena como un partido trascendente en el sistema partidario.

El punto de partida del análisis es la reestructuración gubernamental de 2018, lo que trajo consigo un nuevo patrón burocrático y varios patrones partidarios a su alrededor en busca de ganar elecciones. Se necesita analizar las estructuras políticas, del sistema de partidos, que den luz sobre la forma del clientelismo político, en el cual se ven, en un instrumentalismo que lo complementa, elementos del clientelismo tradicional. Con esto, pueden darse indicadores de la afección a la democracia a partir de ese instrumentalismo que tienen los clientes en relación con varios patrones.

El tema es de importancia para la sociología política porque se enfoca en una relación entre las instituciones y la sociedad lle-

vada a cabo de manera formal o informal y tiene dos puntos de trascendencia. En primer lugar, la forma de las reglas institucionales va a definir la estructura del clientelismo político, por ende, la parte social se verá afectada en cuanto a coerción, voluntariedad y normatividad en las relaciones clientelares (Fox, 1994; Gay, 1996; Corzo, 2002; Müller, 2012; Schröter, 2012; Vommaro y Combes, 2015). En segundo lugar, el mismo clientelismo puede ser el que facilite o dificulte la consolidación en la transición de un régimen democrático, ya que traería consigo la formación o el deterioro de valores democráticos (como la participación, competencia, rendición de cuentas y legitimidad) en el actuar de sus participantes (Fox y Haigh, 2009; González y González, 2011; Schröter, 2010; Schröter, 2012; Hagene, 2015; Serra, 2016; Castro Maravilla, 2018; Rodríguez, 2019). Por lo tanto, la pregunta general es ¿qué consecuencias trae consigo la morfología del clientelismo político en la democracia vivida por los clientes del municipio de Cuautitlán México en el periodo 2018-2021?

El enfoque que se utilizará es el cualitativo. La relación de variables parte del supuesto de que la estructura del clientelismo político es una mezcla de elementos de clientelismo tradicional y moderno, por ello es funcional con la democracia vivida por los clientes del municipio. El clientelismo político se define, por un lado, como instrumental, es decir, como un clientelismo maximizador de ganancias que toma la relación clientelar como medio para alcanzar un fin y los actores evaluarán y calcularán cuál es el mejor patrón con el que pueden hacer y regresar el trato; y, por otro, desde una postura normativa, la cual tiene como fundamentos los valores de lealtad, reciprocidad y confianza, provocando que las relaciones perduren en el tiempo (Schedler, 2004c; Corzo, 2002; Tosoni, 2007; Schröter, 2010; Müller, 2012); por su parte, la democracia será definida como un régimen político que cuenta con un sistema partidario mínimo de dos partidos, voto universal que influye en las decisiones políticas, rendición de cuentas por parte de los ciudadanos para elegir a sus representantes y legitimidad hacia éstos (Dahl, 1992; Munck, 1996; Schedler,

2004c; Serra, 2016; González Tule, 2019). La tesis se organiza de la siguiente manera:

El capítulo primero tiene como objetivo identificar las teorías y conceptos que tratan al clientelismo político como una relación que se conforma en función de permanencias y cambios en la transición de regímenes autoritarios a democráticos. Así, se retomará la definición clásica del clientelismo político, enfocándose en la construcción de las dimensiones instrumental y normativa como insumos analíticos conceptuales generales (Moreno Luzón, 1999; Jablonski García, 2011; Schaffer y Schedler, 2009; Stokes, 2009; Schröter, 2010).

Con base en ello, se delimita un esquema teórico-analítico que contraste la estructura del clientelismo tradicional con la del moderno, uno adscrito a regímenes autoritarios y otro a democráticos. Estas delimitaciones serán tomadas como tipos ideales que contrasten en realidades empíricas específicas (Cazorla, 1992; Corzo, 2002). Con los insumos teóricos se tendrá un armazón de herramientas analíticas para, en primer lugar, delimitar la morfología de clientelismos políticos en particular y, en segundo lugar, delimitar la afección de éste en regímenes con mínimos democráticos, con lo que se pretende responder la siguiente cuestión: ¿cómo se define el clientelismo político como un entramado de cambios y permanencias de regímenes autoritarios y democráticos?

Para el segundo capítulo el objetivo es mostrar la morfología del sistema de partidos clientelares antes (2003-2018) y después (2018-2021) de la llegada de Morena al poder en Cuautitlán, Estado de México, delimitando los partidos importantes en este periodo. Para esto, se iniciará con un recuento de la transición democrática en México a nivel federal y, con ello, se hará el contraste a nivel municipal. Además, se categorizará al lugar de acuerdo con sus niveles socioeconómicos, en cuanto a bienes y servicios, educación y economía, ya que pueden ser elementos a considerar al momento de hablar de clientelismo y democracia.

Para la transformación del sistema partidario se tomará en cuenta un punto histórico de quiebre en el sistema de partidos,

y en el clientelismo llevado a cabo, como la coyuntura de 2000. Posteriormente, se hará énfasis en el sistema partidario clientelar de Cuautitlán México de 2003 a 2018, tomando como referencia a los partidos importantes del sistema y sus formas clientelares en su interior. Finalmente, se hará un acercamiento al sistema partidario y al clientelismo llevado a cabo a partir de 2018. Por lo que la pregunta a responder es ¿cuáles son los partidos importantes en Cuautitlán México antes (2003-2018) y después de la reconfiguración de su sistema de partidos en 2018?

El tercer capítulo, así como el cuarto, cuenta con la aplicación de entrevistas a actores clientelares del municipio de Cuautitlán como elemento crucial. El objetivo del tercero es conocer la función que asume el clientelismo político desde las percepciones de pobladores de Cuautitlán México que son partícipes en relaciones clientelares con patrones burocráticos (gobierno de Morena) y partidarios (partidos fuera del gobierno) mediante la aplicación de entrevistas. La intención metodológica es vincular el marco teórico analítico y contrastarlo con las respuestas que los actores provean, es decir, el entramado conceptual se tomará como tipos ideales weberianos y al enfrentarlos con los sentidos mentados de los participantes se podrá describir y explicar su acción social. La pregunta directriz es ¿qué función tiene el clientelismo político para los pobladores partícipes en relaciones clientelares con patrones burocráticos (gobierno de Morena) y partidarios (partidos fuera del gobierno)?

Por ello, con las entrevistas se pretendió construir información que reflejara las experiencias de los pobladores del municipio que son partícipes en relaciones clientelares, con los partidos dentro y fuera del gobierno, llevadas a cabo en el periodo (2018-2021). La entrevista que se aplicó fue la semiestructurada, la cual partirá desde un guion construido con base en las delimitaciones teóricas-analíticas del clientelismo político antes revisadas. Dicha herramienta se aplicó a 12 informantes, los cuales se dividen en cuatro mediadores partidarios y ocho clientes, que a su vez se subdividen en cuatro clientes parte de círculos internos y cuatro de

círculos externos de mediadores. Cabe mencionar que los nombres que se utilizan son seudónimos, ya que la identidad real de los informantes permanece en el anonimato como parte de la ética científica.

El análisis de la información construida se realizó desde la teoría fundamentada (véase anexo metodológico), ya que las entrevistas se fueron categorizando en tres tiempos (abierta, axial y selectiva) hasta la saturación, es decir el momento en el que determinados elementos, en este caso códigos y categorías, se repiten y ya no aparecen nuevos de éstos. Sin embargo, cabe distinguir la teoría fundamentada clásica de la formulada posteriormente; la primera se basa en un inductivismo pleno, ya que las categorizaciones se realizan desde el campo empírico y en función de éstas se forma una teoría sustantiva (Glaser y Strauss, 1967); la segunda, la cual se aplica en la presente investigación, no renuncia a la búsqueda de elementos inductivos, pero parte de un marco analítico con el que se forman los códigos y las categorías para el análisis y en función a ello se contrastan con el campo empírico mediante los tres momentos en las codificaciones (Sampieri, Collado y Baptista, 2014).

Las categorías en las que se reflejó una mayor saturación fueron bienes y servicios a intercambiar, necesidades y acceso a la comunicación. Éstas se relacionan, en un cruce de información, principalmente con las categorías de círculos internos y externos, así como con la de clientelismo moderno. Por lo tanto, a lo largo del capítulo se hará alusión a dichas categorías, las cuales definen las partes del clientelismo político en interacción (es decir su morfología), en específico la acción social de los actores a escena en la relación clientelar.

Cabe señalar que las entrevistas cubren la percepción de los participantes, pero ésta se complementa con las observaciones propias. Por ello, el hilo conductor de la narrativa en las entrevistas se funda en tres elementos: en primer lugar, el marco teórico construido, el cual brinda nomenclaturas a los hallazgos en el campo empírico de estudio; en segundo lugar, las percepciones

de los actores participantes en contexto específico, ya que con éstas se profundiza en la acción social de ellos como una forma de análisis sociológico; finalmente, las observaciones del investigador brindan una triangulación para estructurar descripciones y explicaciones del objeto de estudio.

El cuarto capítulo tiene como objetivo explicar las consecuencias de la morfología del clientelismo político en la participación, la rendición de cuentas y la legitimidad política de Cuautitlán México en el periodo 2018-2021. Con la delimitación, en el capítulo tercero, de la estructura y función del clientelismo político, se parte posteriormente a vincular dicha morfología construida con las consecuencias en la democracia vivida por los pobladores parte de relaciones clientelares del municipio, en específico en la participación, la rendición de cuentas y la competencia en el periodo mencionado. Por lo que la pregunta guía es ¿qué consecuencias provoca la morfología del clientelismo político en la democracia —en función de la participación, rendición de cuentas y competencia política— del municipio de Cuautitlán México en el periodo 2018-2021?

Un aspecto por señalar es la intención de desligarse de explicaciones normativas tanto del clientelismo político como de la democracia. Es decir, el primero no es incompatible con la segunda, pero tampoco es excluyente de ser obstáculo. Para esto es trascendental diferenciar el régimen político y el clientelismo que se adhiere a cada uno, ya que con ello se pueden delimitar las consecuencias mutuas entre ambos fenómenos. Aun así, la hipótesis de investigación que se propone para el presente estudio de caso es la siguiente: la morfología del clientelismo político, en Cuautitlán México durante 2018-2021, es vinculante y funcional con la democracia del municipio, ya que incentiva la participación de los clientes, fomenta la competencia partidaria y es generadora de rendición de cuentas.

Capítulo 1. Democracia y clientelismo político

El *clientelismo político* es un concepto polisémico y su tratamiento puede realizarse desde distintos enfoques disciplinarios y analíticos, lo cual produce dispersiones, consensos escasos y, a la vez, una gran gama de opciones para tratarlo (Moreno Luzón, 1999). Éste se puede delimitar como ajeno o parte de la democracia, por lo que en la literatura la relación de ambos conceptos es una constante (Fox, 1994; Escalante, 1995; Corzo, 2002; Schedler, 2004c; Müller, 2012; Paladino, 2014; Serra, 2016; González Tule, 2019). Sin embargo, el término *democracia* sufre de las mismas problemáticas conceptuales debido, por un lado, a la longevidad como objeto de estudio (Dahl, 1999) y, por otro, a la carga valorativa e idealista que ostenta, lo que dificulta su análisis científico (Salazar-Elena, 2020).

Los análisis de clientelismo político se pueden resumir en dos grandes posturas y éstas parten de la relación entre clientelismo-democracia (Gay, 1996; Corzo, 2002; Paladino, 2014; González Tule, 2019). La primera asume que el clientelismo político es rezago de regímenes autoritarios, por ello predecían su eliminación con las transiciones y consolidaciones democráticas. La segunda trata al clientelismo político como una práctica suscitada en cualquier tipo de régimen político. Por lo tanto, este último propone un clientelismo político adaptativo, con cambios y permanencias de regímenes autoritarios en regímenes democráticos (Combes, 2011).

Para fines de la presente investigación, el objetivo de este capítulo es identificar las teorías y conceptos que tratan al clientelismo político como una relación que se conforma en función de permanencias y cambios en la transición de regímenes autoritarios a democráticos. Para ello se recuperarán teorías, definiciones y discusiones pertinentes en la relación clientelismo-democracia. El resultado será un marco analítico que sirva como base para el análisis de Cuautitlán Estado de México (2018-2021).

El capítulo, por ende, iniciará con la definición de *régimen político* y la delimitación de las características del régimen autoritario frente al régimen democrático, enfocándose en este último para su tratamiento en elementos como participación, competencia, rendición de cuentas y legitimidad a representantes. Después, se abordará el concepto de *clientelismo político* en cuanto a sus participantes y las dimensiones de análisis como insumos de la diferenciación de clientelismo tradicional y moderno. Posteriormente, se traerá el concepto de *sistema de partidos* como herramienta para ligar el régimen político democrático con el clientelismo político, ya que la estructura y competencia del sistema de partidos depende del régimen político y derivará en la estructura del clientelismo político. Finalmente, se culminará con la delimitación de posibles consecuencias del clientelismo político en las democracias electorales.

Cabe señalar que el presente es un estudio de caso instrumental, por lo que los postulados teóricos servirán como base de contraste y posterior generalización analítica del caso tratado. De esa forma, el recorrido conceptual se apega a la metodología típica ideal de Max Weber. Los entramados analíticos son construcciones que parten de una exageración de la realidad, haciendo énfasis en sus rasgos distintivos y en el funcionamiento que se esperaría si éstos se llevaran a cabo en una sociedad “perfecta”. Las tipificaciones ideales son herramientas con las cuales pueden delimitar la interpretación, mediante la comparación, de una parte, de la amplia y difusa realidad (Weber, 1997).

Por lo tanto, el recorrido teórico y conceptual que se presentará no es una delimitación normativa. Esto debido a que no se “esperaría” que lo definido “deba” ser de esa forma en la realidad, ni tampoco se trata de postulados deductivos positivistas que necesitan comprobar su veracidad. Así, se busca aplicar un enfoque constructivista que se fundamenta en el papel activo del sujeto (individual o colectivo) en la construcción de realidades, de las cuales el conocimiento científico es una de ellas (Retamozo, 2012).

1.1. Elementos conceptuales que definen a un régimen político democrático y autoritario

Siguiendo a Munck (1996), un régimen político se define, en primer lugar, en función de *reglas procedimentales*, que pueden ser institucionales o informales, con las cuales los actores políticos se dirigen en el tema del poder, y contemplan a los actores que pueden ser parte del gobierno, las reglas que se siguen para ser ostentadores de puestos en el gobierno y el ejercicio del poder. Y, en segundo lugar, por *la aceptación* por parte de los actores políticos importantes de las reglas procedimentales. Por ende, un régimen *consolidado* es aquel que ostenta la aceptación de las reglas por sus actores políticos importantes y estarán en *transición* aquellos regímenes que están en proceso de aceptación de reglas para el juego político.

Cabe señalar que las reglas procedimentales formales e informales son trascendentes en igual medida y se complementan mutuamente. Esta diferenciación viene con una delimitación economicista en su interior, ya que las prácticas desde la economía ajenas a la formalidad del mercado se suscitan en contextos en los que las prácticas formales no son suficientes para los individuos¹ (Portes y Haller, 2004). En cuanto a la política, se puede decir que

¹ Schaffer y Schedler (2009) definen al clientelismo político como una práctica informal, debido a su nula regulación institucional, económica y política. Por ello, el valor de intercambio en la relación queda a definición de los participantes y las sanciones del incumplimiento son variadas e inciertas.

las prácticas informales son aquellas que superan el margen de participación electoral formal, como comités vecinales, protestas o movimientos sociales; aun así, tanto prácticas formales como informales pueden yuxtaponerse y las primeras pueden resumirse dentro de las segundas (Camacho, 1990).

En un *régimen autoritario*, en primer lugar, los actores que pueden llegar al poder son pocos, parte de una élite militar o política, es decir, “se caracterizan por la reducción drástica del número de actores que participan significativamente en el ejercicio del poder en la medida en que son, justamente, anti participativos” (Colomer, 2006, p. 530). Los métodos que se utilizan para acceder al poder son mediante negociaciones dentro de la cúpula de las élites, ya que su naturaleza antiparticipativa puede llegar a simular procedimientos democráticos, pero eligiendo a los gobernantes dentro de la élite misma (Schedler, 2004a); y la forma de ejercer el poder es mediante la arbitrariedad limitada, ya que el gobernante en turno no ostenta todo el poder, más bien es un proceso de negociación entre los miembros del grupo político autoritario al que pertenece (Munck, 1996).

A pesar de las características generales del régimen autoritario de Munck, se pueden encontrar características específicas. Para Linz (1974) el régimen autoritario es carente de pluralismo, sin ideología elaborada, pobre de movilización política y ostentador de poder mal definido llevado a cabo por un actor o un grupo de actores políticos. Linz ha tipificado distintos tipos de autoritarismo, entre éstos, siguiendo la recuperación de Ninou Guinot (1993), se encuentran los tradicionales, sultánicos y oligárquicos competitivos:

los denominados regímenes tradicionales [su] base de legitimación [es] patrimonialista ... Los regímenes sultanistas, [su] base es el poder personal del soberano y sus decisiones arbitrarias que producen miedos y recompensas ... Las oligarquías competitivas, que vienen definidas por una política de alianzas entre las élites detentadoras de poder y los jefes locales: es lo que G. O’Donnell y A. Rouquié han denominado “democraduras” o “dictablandas”,

que no entran de lleno en las categorías de los autoritarismos, pero tampoco están dentro de las democracias (Ninou Guinot, 1993, p. 119).

En un *régimen democrático*, en cambio, los actores que pueden llegar al poder son plurales, vistos como líderes de partidos políticos en un sistema de partidos. Los métodos que se utilizan para llegar al poder son mediante elecciones constantes con voto universal en los ciudadanos. Y la forma de ejercer el poder es mediante un sistema de pesos y contrapesos (división de poderes) que traerá como producto una distribución del poder (Munck, 1996). Es decir, el régimen democrático es ostentador de instituciones que garanticen la participación, la competencia (Dahl, 1992) y, además, legitimación por parte del sector social con la evaluación de los representantes y entre los representados para llevar a cabo elecciones limpias (Przeworski, 1998).

En el trabajo de Dahl (1971, 1992, 1999) se ostenta el término de *poliarquía*, ya que éste libera de cargas normativas al concepto de *democracia*. En esta delimitación, las instituciones de una poliarquía son la parte funcional del régimen democrático de forma sustancial, siendo la participación y la competencia dos requisitos esenciales. De éstos derivan una serie de instituciones que se caracterizan “por su continua aptitud para responder a las preferencias de sus ciudadanos, sin establecer diferencias políticas entre ellos” (Dahl, 1971, p. 13). Las instituciones son:

1. Libertad de asociación.
2. Libertad de expresión.
3. Libertad de voto.
4. Elegibilidad para el servicio público.
5. Derecho de los líderes políticos a competir en busca de apoyo.
- 5a. Derecho de los líderes políticos a luchar por los votos.
6. Diversidad de fuentes de información.
7. Elecciones libres e imparciales.
8. Instituciones que garanticen que la política del gobierno dependa de los votos y demás formas de expresar las preferencias (Dahl, 1971, p. 15).

Estas instituciones poliárquicas brindan una serie de oportunidades de participación y oposición a los ciudadanos. En primer lugar (de la 1 a la 5), la oportunidad de formular pre-

ferencias; en segundo lugar (de la 1 a la 7), la oportunidad de manifestar dichas preferencias; y, en tercer lugar (de la 1 a la 8), la oportunidad de recibir un trato igualitario en la ponderación de preferencias (Dahl, 1971). Así, para Valdés Ugalde (2013), en concordancia con el trabajo de Dahl, el elemento principal que distingue al régimen democrático de otros es el trato igualitario que los ciudadanos reciben a la hora de formular sus preferencias en el debate público. Por lo tanto, las reglas procedimentales “proporcionan un nivel decisivo de mediación y agregación entre, por un lado, factores estructurales y, por el otro, no sólo individuos sino también las diversas agrupaciones bajo las cuales la sociedad organiza sus múltiples intereses e identidades” (O’Donnell, 1997, p. 12).

En cuanto a la segunda dimensión referente a la aceptación de las reglas procedimentales, se puede decir que las formas de *transición* involucran a los agentes políticos y las fuerzas de cambio. Con ello, la transición se puede llevar a cabo mediante una revolución desde arriba con la fuerza de las élites; una reforma conservativa con el compromiso de las élites; una revolución social con la fuerza de las masas; una reforma desde abajo con el compromiso de las masas; una reforma por ruptura con la fuerza de élites y masas; una reforma por extricación con la combinación de reforma y compromiso, además de incluir a las masas y élites; o, finalmente, una reforma por transacción con el compromiso de élites y masas (Munck, 1996).

En relación con la transición de un régimen autoritario a uno democrático, el mismo Munck (2002) señala que una de las conclusiones de este tipo de análisis se enfoca en determinar la causalidad de acuerdo con el tipo de régimen autoritario anterior al democrático y a la forma en que se transitó. En concordancia, el esquema de O’Donnell *et al.* (1986) provee, en primer lugar, la categorización ideal de regímenes autoritarios (categorizados como tradicionales, patrimonialistas y burocráticos) y, en segundo lugar, las formas de transición (desde arriba o desde abajo) las cuales se vinculan a las planteadas por Munck, pero se agrega la

liberalización o el colapso del régimen autoritario como causas de la democratización.

Para O'Donnell *et al.* (1986) la transición involucra dos momentos y le antecede el proceso de liberalización. Este último conlleva la construcción o restauración de derechos que los gobiernos autoritarios infringían, por lo cual se van estructurando salvaguardas de los individuos comunes. Sin embargo, la liberalización no siempre trae consigo una consolidación democrática, pues después de un primer proceso de transición, lleno de incertidumbre por las reglas procedimentales, se pueden presentar regímenes democráticos con tintes autoritarios, lo que él llama una democracia delegativa.

Linz y Stepan (1996) argumentan que el cambio de un régimen no democrático a un régimen democrático conlleva un proceso de transición consolidada que antecede, aunque no es ley general, a una democracia consolidada. Los autores siguen la línea de O'Donnell, ya que también consideran la liberación como un punto de inicio para el cambio de régimen y concuerdan con que ésta no siempre conllevará una democracia consolidada. Aun así, la transición consolidada conlleva la apertura derivada de la liberalización y el acuerdo de las reglas procedimentales propias de la democracia:

La transición a la democracia está completa cuando se logra acuerdo suficiente en torno a los procedimientos políticos para producir un gobierno electo; cuando un gobierno resultante de un voto libre y popular llega al poder; cuando este gobierno tiene la autoridad de facto para generar nuevas políticas, y cuando las ramas ejecutiva, legislativa y judicial creadas por la nueva democracia no tienen que compartir el poder con otros cuerpos de jure (Linz y Stepan, 1996, p. 6).

La consolidación democrática puede observarse en la aceptación de las reglas por parte de los actores políticos en distintos niveles. En primer lugar, a nivel conductual la democracia es validada como la única forma de acción política y ningún grupo intenta

suprimirla. En segundo lugar, a nivel actitudinal la democracia se instala como el “único juego de la ciudad”, por lo que, incluso, en momentos de crisis y si se requiere realizar un cambio, éste es desde los parámetros del régimen. Finalmente, constitucionalmente la democracia, al ser el único juego de la ciudad, delimita bajo qué normas y reglas se lleva a cabo la resolución de conflictos (Linz y Stepan, 1996).

La consolidación, por ende, trae con ella certidumbre procedimental y de comportamiento que escasea en los momentos de transición (Linz, 1986). Por ello, es necesario que la consolidación se refleje en las siguientes arenas: sociedad civil activa y libre, sociedad política madura y autónoma, un régimen constitucional, burocracia utilizable por líderes políticos y una sociedad económica institucionalizada. Por lo tanto, una democracia necesita de un Estado, ya que en este tipo de régimen tiene la tarea de “mandar, regular y extraer” (Linz y Stepan, 1996, p. 11).

Sin embargo, estudios de años más recientes se han encargado de la reflexión y replanteamiento de las propuestas anteriores, ya que estaban cargadas de normatividad y linealidad. Por ejemplo, se puede mencionar a Schmitter (2011), el cual argumenta que el tránsito fue distinto a lo planteado en un inicio, ya que los retrocesos en autoritarismos fueron menos de lo que se esperaban y la democracia fue decepcionante en su inicial instalación, debido a sus distintas formas y su proceso de transición se ha prolongado, aunque no deriva en retrocesos.

A pesar de dichas reflexiones, el modelo sigue estructurado desde una forma lineal y con trasfondos normativos. Para Whitehead (2011b, 2005) la democracia necesita ser analizada desde su morfología, más que desde sus causas o consecuencias, esto con el fin de consensuar una definición adecuada a las distintas democracias que se pueden observar en el siglo XXI. Por tal motivo propone regresar a una analogía biologicista, proponiendo el término *autopoiesis*, ya que la democracia “al igual que cualquier organismo viviente ... es un sistema adaptativo complejo con sus propios acuerdos internos que se coordinan a través de un conjun-

to de principios reguladores orientados hacia su mantenimiento, desarrollo y adaptación a las condiciones externas” (Whitehead, 2011a, p. 409).

El autor, por lo tanto, propone que la democracia necesita desligarse de su análisis desde un sentido lineal y metafóricamente desde la física (transitivo o en consolidación). Más bien, necesita verse, en primer lugar, desde el mismo contexto en el que se esté llevando a cabo y, en segundo lugar, tomando en cuenta la adaptación de la democracia en su vida. Así, no se puede hablar de una democracia que transita hacia un “estadio único de consolidación”, sino que tienen estadios diversos abiertos y con este enfoque que parte de una analogía biológica se puede analizar su morfología con el objetivo de delimitar su calidad (Whitehead, 2011a).

Lo anterior no quiere decir la omisión por completo del entramado conceptual de transición y consolidación de un régimen democrático, sino tomarlo como referente típico ideal y contrastar dichas construcciones analíticas en contextos democráticos particulares. Con ello, se puede construir una morfología de democracia de acuerdo con su adaptación y derivado de las formas en que las democracias sobreviven a pesar de consecuencias distintas a los tipos ideales planteados.

Así, el clientelismo político no se puede considerar únicamente como un punto opuesto a la democracia. Si bien autores como O’Donnell (2011) lo categorizaron como un elemento que estancaba la consolidación democrática, desde la perspectiva que se está trabajando puede decirse que este fenómeno puede estructurarse de distintas formas, las cuales pueden verse en cooperación u obstaculización con las distintas democracias. Por tal motivo, la aportación de Whitehead (2011a) es trascendental, ya que las transiciones son diversas (mediante la adaptación de la misma democracia a un contexto en específico) y el final no es uno solo.

Por ende, la categorización del clientelismo político se realizará desde la morfología que esté presente, es decir, desde sus partes estructurales en convivencia y afección mutua (Juaristi, 2015). Para esto, el régimen político en un contexto determinado es una

parte crucial, ya que la adaptación de las distintas democracias afecta la estructura del clientelismo político y viceversa. Por tal motivo, referentes como participación, competencia, rendición de cuentas y legitimidad son insumos analíticos para determinar sus morfologías y las consecuencias de uno sobre el otro.

1.1.1. Participación política y electoral en las democracias

Para Munck (2011) el esquema de Dahl es una opción para delimitar la democracia más allá de la parte electoral. Éste es requerimiento necesario, pero no total, debido a la atención que hace énfasis en que el “principio fundamental de la democracia es que el control de la agenda política debería quedar en manos de los ciudadanos y sus representantes, y que ninguna decisión está por encima de los poderes democráticos” (Munck, 2011, p. 27). Por tal motivo, se reafirma la síntesis de participación y competencia como parte esencial, pero no total.

Sin embargo, la participación política ha sido definida desde distintas formas y es necesario hacer una selección conceptual (Delfino y Zubieta, 2010). Para Dahl (1971) la participación es un requerimiento para la expresión de demandas al sistema político, por lo tanto, una poliarquía es aquel régimen político el cual toma por iguales aquellas demandas de sus ciudadanos en individual o colectivo. Para Salazar-Elena (2020) las instituciones de libertad de asociación, libertad de expresión y libertad de fuentes de información son las que conforman el derecho a la participación en una democracia. Aun así, no se puede reducir la participación a un ámbito electoral mínimo, ya que un régimen democrático va más allá, como ya se explicó, de la arena procedimental formal.

La participación política tiene como común denominador la posibilidad que tienen los ciudadanos para influir directa o indirectamente sobre las decisiones, el comportamiento y las estructuras de las autoridades representativas, esto desde medios legales

o ilegales (Delfino y Zubietta, 2010). Así, para Nelson (1979) la participación involucra a individuos o colectivos particulares con el fin de influenciar la composición y acciones del gobierno local o federal. La participación política convencional es aquella que involucra canales procedimentales de participación electoral, como actividades en campañas, acciones comunitarias, relaciones con la administración pública y sufragio (Verba y Nie, 1971).

Sin embargo, la participación política puede ser, de igual forma, no convencional, la cual trasciende la arena electoral y puede fundarse en acciones que pueden ir hasta lo ilegal. Para Nelson (1979) es aquella acción realizada por ciudadanos o colectivos privados con el fin de impactar las decisiones o composición del gobierno nacional o local. Su listado de formas de participación se asocia a la delimitación no convencional, ya que sobrepasan la arena electoral y son formas en las que la ciudadanía hace presentes sus demandas:

De este modo, su conceptualización incluye: a) acciones ilegales y violentas que buscan tener influencia sobre gobierno, b) acciones conservadoras o “dentro del sistema”, esto es, que buscan cambios en las decisiones gubernamentales y no cambios en la forma de gobierno, y c) acciones que son movilizadas o manipuladas por otros (élites o grupos de clase media) (Nelson, 1979, citado en Delfino y Zubietta 2010, p. 213).

Lo anterior no quiere decir que la participación sea necesariamente desde un medio no convencional para que las demandas sean tomadas en cuenta. Para Nohlen (2004) la participación política involucra varios tipos de prácticas en los que la participación electoral, además de ser la modalidad convencional por excelencia, es una de ellas, definiéndola como la más democrática, igualitaria y vinculante entre la ciudadanía y sus representantes. Además, en el esquema del mismo autor, el sufragio es aquel insumo que se puede considerar un valor, es decir, por ser un derecho los ciudadanos lo hacen valer, pero también cuenta con una dimensión instrumental, en otras palabras, es el medio con el

cual los ciudadanos pueden influir en las decisiones públicas para conseguir algo.²

Por lo tanto, la participación electoral es la modalidad de participación política convencional que es expresada por la mayoría. Sin embargo, las modalidades de participación política no convencional pueden, en primer lugar, ser tomadas en cuenta como formas de participación en una democracia, ya que su estructura no determina la posibilidad de influencia a la esfera de representantes políticos. Y, en segundo lugar, delimitar de esta forma a la participación política puede ofrecer insumos de análisis a las democracias, de distintos tipos, que se encuentran en distintos contextos, ya que su participación puede ir más allá de lo convencional.

1.1.2. Competencia política reflejada en grupos de oposición

El debate público es un requisito esencial en los regímenes democráticos y se ven expresados en las instituciones procedimentales necesarias. Las elecciones son el punto de referencia al intentar observar la competencia política en un régimen político que necesita de la oposición de distintos grupos para la elección por parte de los ciudadanos y de los representantes. Por lo tanto, esto lo diferencia de la democracia directa, en el que los ciudadanos son a la vez los gobernantes (Dahl, 1992). Por tal motivo, las elecciones y un sistema partidario al menos bipartidista pueden sumar a la competencia política (Lizcano Fernández, 2012).

La competencia política por lo tanto es necesaria para cubrir, en primer lugar, los elementos del régimen político democrá-

² Esta interrelación de la participación electoral como valor y como instrumento lo pone a prueba con un análisis al abstencionismo y toma como ejemplo el caso español, ya que la conjugación de la participación electoral como valor y como medio puede derivar en la emisión o no emisión del voto y ambas son parte de la categoría de participación electoral. Pero, igualmente, el abstencionismo ha sido delimitado como una consecuencia de la desafección política y de una consolidación democrática decepcionante, por lo tanto, su delimitación también puede ir desde la explicación normativa (Merinero Martín, 1981).

tico de Munck y las instituciones poliárquicas de Dahl. Por ello, se puede decir que un régimen político es plural cuando en el espacio público se exponen distintas demandas e ideas al debate para su posible solución, las cuales necesitan ser tomadas como iguales y sin represalias del gobierno en curso (Cordón Aguilar, 2018).

Por lo tanto, una competencia política se funda en la posibilidad de oposición al gobierno en curso. Sin este elemento, un régimen político no se puede llamar democrático, ya que atenta, en primer lugar, contra los requisitos mínimos de una democracia y, en segundo lugar, contra las instituciones poliárquicas, en específico la libertad de asociación, la libertad de expresión y la libertad de los líderes políticos a competir en elecciones. Sin estos elementos, o si están simulados, el régimen puede asemejarse a un autoritarismo competido.

En los regímenes autoritarios competitivos las violaciones de estos criterios son lo suficientemente frecuentes y serias para crear un campo de juego desigual entre gobierno y oposición. Aunque se den con regularidad elecciones sin fraude, los funcionarios abusan constantemente de los recursos del Estado, no ofrecen a la oposición un cubrimiento adecuado de los medios, persiguen a los candidatos de la oposición y a sus seguidores y, en algunos casos, manipulan los resultados de las elecciones (Levitsky y Lucan, 2004, p. 162).

Por lo tanto, para estos mismos autores, la competencia necesita estar reflejada en la arena electoral, la arena legislativa, la arena judicial y los medios de comunicación. Con esto, la competencia política se puede llevar a cabo con la mayor igualdad posible en las elecciones e, igualmente, a nivel legislativo, ya que más allá de ganar elecciones, la arena pública es el lugar en el que se discuten los temas, se les da importancia a éstos o, en su caso, se esconden (Lukes, 2004).

Por tal motivo, señala Munck (2011) las elecciones son un mínimo para las democracias, pero se necesita ir más allá de la arena política electoral, es decir, se necesita una competencia real en dicha arena y, además, una competencia en el debate público

a la hora de tomar decisiones. Para Domínguez Virgen (2011), la arena electoral puede tener fallas y limitaciones, ya que el ciudadano puede carecer de toda la información relevante, las propuestas de los candidatos en las elecciones son simplificaciones de la realidad y la evaluación de los electores son retrospectivas con el fin de castigar al candidato, esto sin estar de acuerdo con todas las propuestas del candidato que provee su voto.

En esta misma línea, y adhiriéndola a las formas no convencionales de participación, Cleary (2003) trae a la discusión los medios no electorales de influencia. Éstos van más allá de los comicios y pueden reflejarse en grupos sociales organizados que demandan bienes y servicios desde formas de participación no convencionales. Para el autor la competencia política, reflejada por ejemplo en el margen de victoria,³ puede cooperar a que los actores políticos se esfuercen por cubrir los intereses de sus representados. Sin embargo, los medios no electorales de influencia producen y refuerzan dicha eficiencia, por lo que el autor propone que el nivel educativo, el capital económico y el estatus étnico tienen como consecuencia que la competencia de los representantes se incremente o disminuya, según sea el caso.

Por ende, la competencia política es un insumo importante en la constitución de un régimen democrático a nivel electoral y a nivel gobierno. Desde el primero, los ciudadanos, por un lado, tendrán una gama para poder elegir y expresar sus preferencias con la participación política convencional o no convencional y, por otro, en el debate público se tendrá una mayor posibilidad de exponer demandas de determinados grupos representados, es decir, un mayor grado de oposición política con lo que generan legitimidad tanto al régimen como a los actores representantes, tales elementos se exponen a continuación.

³ Éste es un cálculo que se puede tomar como indicador cuantitativo que delimita la competencia en un sistema partidario, así “la mejor medición de la competitividad electoral es el margen de victoria (M), calculado sencillamente como el porcentaje de votos del partido ganador menos el porcentaje obtenido por el partido que quedó en segundo lugar” (Cleary, 2003, p. 199).

1.1.3. Representación y rendición de cuentas como insumos de la legitimidad democrática

La participación y la competencia son elementos vitales que son necesarios para que un régimen se pueda considerar democrático. Sin embargo, la legitimidad es un elemento que cruzan los dos anteriores. Para Weffort (1988) la legitimidad tiene en su trasfondo un cúmulo de normas sociales recíprocas que un actor social plasma en sus acciones. Su delimitación ostenta un trasfondo weberiano, ya que para Weber (2004) la legitimidad en una relación de dominación es la creencia en la figura de autoridad.

En un régimen democrático, siguiendo a Lipset (2016), la legitimidad política se enfoca en “la capacidad de un sistema político para generar y mantener la convicción de que las instituciones políticas existentes son las más apropiadas o convenientes para la sociedad” (p. 57). Por lo tanto, la legitimidad, en primer lugar, necesita enfocarse a la creencia en que el régimen político es el óptimo. Además, al estar legitimado un régimen, el retroceso al autoritarismo puede dificultarse, ya que a pesar de que no se resuelvan problemas insolubles (Linz, 1999) la creencia democrática se mantiene como cimiento del régimen político.⁴

No obstante, la legitimidad política valorativa y la normativa de larga data se complementan con la eficiencia. Lipset (2016) la define como el “desempeño real de un sistema político, la medida en que satisface las funciones básicas de gobierno, según como las definen las expectativas de la mayoría de los miembros de la sociedad” (p. 57). La eficiencia, por lo tanto, es la evaluación de la democracia presente y los ciudadanos podrán llevarla a cabo mediante distintas formas (las cuales las garantizarían las instituciones poliárquicas).

Así, para Monsiváis Carrillo (2017) la legitimidad es el apoyo público a las instituciones, gobierno y gobernantes, lo cual la

⁴ Dahl (1971) expone que la creencia legítima hacia la poliarquía es un elemento trascendental, ya que, si los pobladores no están convencidos de las instituciones poliárquicas como las mejores para gobernar, la democracia puede terminar derrumbándose, tal como la Alemania de Weimar.

vincula tanto con la eficacia como con la legitimidad de Lipset. Sin embargo, el autor relaciona dichas definiciones con el déficit democrático, el cual se define como la diferencia del grado de satisfacción de la ciudadanía frente a su expectativa del régimen democrático. Es decir, si la experiencia ciudadana en relación con la democracia no alcanza un mínimo de sus expectativas, la legitimidad irá disminuyendo; sin embargo, su caída se dificultará si dicha legitimidad se enfoca en mayor medida a la creencia en los valores del régimen político (legitimidad para Lipset) que en la evaluación de la democracia en sus decisiones (eficiencia para Lipset).

Por lo tanto, se puede decir que la legitimidad política desde Lipset se puede complementar con la de Weffort y la de Monsiváis Carrillo. Con ello la legitimidad es aquella creencia en las figuras de dominación y puede darse según sea dicha creencia (tradicional, carismática, valorativa) y, además, de acuerdo con el cumplimiento de lo que se esperaría que dichas figuras de dominación respondan a los problemas de los ciudadanos, es decir, los valores están inmersos, pero también un cálculo instrumental de medios fines (una dominación por constelación de intereses). Sin embargo, otro aspecto de ésta se puede condensar en la creencia (tanto valorativa como evaluativa) hacia el mismo régimen democrático, la cual se debilita si no se cumplen dichas expectativas.⁵ La pregunta es ¿cómo se puede observar la legitimidad?

La *representación* y la *rendición de cuentas* son conceptos que pueden relacionarse con la legitimidad y son elementos propios de democracias representativas (Isunza Vera y Gurza Lavalle, 2014). En cuanto a la primera, se puede traer el esquema clásico de Pitkin (1985) quien realiza una categorización típica ideal de la representación, la cual puede ser por mandato, por dependencia o de tipo descriptivo: la primera hace alusión a una representación en la que el representante actúa de acuerdo con

⁵ Para Monsiváis Carrillo (2017) el cumplimiento de las no expectativas en la ciudadanía produce el llamado *déficit democrático*, esto deriva de insatisfacción con el funcionamiento de la democracia e, incluso, con la misma idea de democracia como mejor forma de gobierno.

imperativos propios del representado, sin margen de movimiento; la representación por independencia, por su parte, es aquella representación en la que el representado delega al representante lo que considere mejor y óptimo como decisión, es decir, el representado cede su voz y acción al representante, similar al pacto hobbesiano; finalmente, la representación descriptiva tiene que ver con la semejanza del representante con el representado como un espejo, por lo que parte del supuesto de que si el representante es semejante al representado puede velar de mejor forma los intereses en juego.

La rendición de cuentas es el segundo aspecto en relación con la legitimidad y la representación. Ugalde (2002) la define en función de la delegación, representación, contrato, responsabilidad mutua y sanciones; por lo tanto, es una relación entre representante y representado con el fin de que el primero explique sus actos en el mandato y el segundo lo evalúe con fines electorales de premio o sanción. Así, para Schedler (2008) la *answerability* implica el derecho a los ciudadanos a la información proporcionada, obligatoriamente por los representantes, y el *enforcement* implica hacer cumplir a los representantes sus tratos con los ciudadanos bajo parámetros de la ley.

Para O'Donnell (1997) la rendición de cuentas tiene una dimensión vertical. Ésta se adscribe a la antes descrita, y “son acciones que se realizan individualmente o por medio de algún tipo de acción organizada y/o colectiva, con referencia a los que ocupan cargos en instituciones estatales, sean o no elegidos por votación” (p. 2). Es decir, en un régimen democrático en el que la participación y la competencia son esenciales en la conformación de gobiernos, la rendición de cuentas vertical es una forma en que los ciudadanos evalúan introspectiva y retrospectivamente a sus representantes con el fin de sancionarlos o incentivarlos mediante la participación (Przeworski, 1998).

Sin embargo, el sistema de pesos y contrapesos es el otro elemento del régimen democrático (además de la posibilidad de actores plurales de llegar al poder y las elecciones como medio

para llegar al poder). Por ello, el mismo O'Donnell (1997) delimita que la rendición de cuentas necesita una dimensión horizontal, es decir:

la existencia de organismos estatales que están legalmente habilitados y autorizados, y de hecho dispuestos y capacitados, para emprender acciones que abarcan desde la fiscalización rutinaria hasta sanciones penales o destitución, en relación con actos u omisiones de otras instituciones del Estado, que puedan calificarse, en principio o presuntamente, como ilícitos (O'Donnell, 1997, p. 13).

Por lo tanto, Isunza Vera y Gurza Lavalle (2014) delimitan como controles democráticos aquellos medios que posibilitan la rendición de cuentas, pueden ser electorales y con los cuales los representados controlan a los representantes para que éstos actúen conforme a intereses delimitados, o también pueden ser no electorales, en los que los ciudadanos, los representantes o las asociaciones controlan a representantes, burócratas, agencias o proveedores de servicios públicos. Por lo tanto, su propuesta combina la representación vertical y horizontal como una relación de múltiples actores políticos.

Para Monsiváis Carrillo (2014) la evaluación de una representación democrática necesita incluir tres elementos: inclusión, eficacia y legitimidad. La primera se ve reflejada en relación con los sistemas legislativos proporcionales, pero igualmente en la posibilidad de acción del representante, en otras palabras, se incluye al representado, pero igualmente al representante. Por ende, podría decirse que la inclusión es la posibilidad de competencia política y, a la vez, de participación tanto convencional como no convencional.

La eficacia, por su parte, tiene que ver con conseguir los objetivos del colectivo de los representantes, por lo que se ve reflejada en la respuesta a esas demandas, estructurando la rendición de cuentas como *answerability* y *enforcement*. El representante tiene

la obligación, en primer lugar, de velar por los intereses del representado y, en segundo lugar, de explicar sus actos. Mientras que el representado ostenta el derecho a la información (institución poliárquica) con la que evaluará la eficacia de las autoridades castigándolo o incentivándolo; aunque también desde la rendición de cuentas horizontal el sistema de pesos y contrapesos evaluará la función de cada poder en el régimen.

Finalmente, la legitimidad abarca tanto a la representación como a la rendición de cuentas (con la participación y la competencia de por medio). Este aspecto se funda en la expectativa cumplida en una relación de representación, es decir, la legitimidad es el resultado de las acciones de los representantes velando los intereses de sus representados. Por ello, aparte del cumplimiento de las expectativas, en función de las evaluaciones tanto verticales como horizontales en la rendición de cuentas, la legitimidad toma en cuenta la eficacia de las instituciones y sus actores democráticos (Cortés y Ortiz, 2007).

Por lo tanto, un régimen democrático se funda, en primer lugar, por la aceptación de los actores políticos importantes de las reglas del juego que delimitan quién puede llegar al poder, por qué medios se llega y cómo se ejerce. Las democracias y sus transiciones tienen finales abiertos, ya que se adaptan al contexto y la consolidación no es un fin único. Sin embargo, los referentes de participación y competencia se estructuran en un marco analítico de las democracias, yendo, más allá de delimitaciones convencionales. Finalmente, la representación y la rendición de cuentas son elementos democráticos que derivan en grados de legitimidad política.

La utilidad del esquema desarrollado se reflejará en el siguiente capítulo, ya que se tomarán los referentes analíticos y se contrastarán con el caso de Cuautitlán México (2018-2021). Además, serán referentes relacionales con el clientelismo político y en las percepciones de los ciudadanos se observarán las consecuencias que la forma de la democracia afecta a la morfología del clientelismo político y viceversa. Por tal motivo, a continuación

se expone la delimitación teórica-conceptual de clientelismo político. Cabe señalar que el recorrido se inserta en la delimitación analítica adaptativa del fenómeno.

1.2. Clientelismo político en democracias mínimas

Tomando como referencia las transiciones con final abierto (Whitehead, 2005), las democracias no tienen una sola receta ni forma, más bien se adaptan para sobrevivir de acuerdo con el contexto y, con ello, se pueden presentar de diversas formas. Por lo tanto, la democracia “es un fenómeno ubicuo. Esto significa, a su vez, que cuenta con una capacidad de adaptación a diferentes circunstancias” (Scheffer y Lachi, 2020, p. 2). Por ello, en contraposición de lo que argumentaría O’Donnell (1997) el clientelismo político puede convivir o estancar las transiciones de las democracias (Gay, 1996; Corzo, 2002; Paladino, 2014). Por tal motivo se han superado aquellas perspectivas que, fiel al estilo de estudios transicionistas lineales, consideraban al clientelismo político como un mal en las democracias (Fox, 1994).

A continuación, se tratará el clientelismo político como una relación que se lleva a cabo tanto en regímenes autoritarios como en regímenes democráticos (Schröter, 2010). Sin embargo, más que construir un marco analítico tajante diferenciando del clientelismo de cada uno de los regímenes, lo que se hará es la recopilación de los dos tipos históricos (clientelismos tradicional y moderno) con el fin de utilizarlos como tipos ideales y así delimitar, en primer lugar, su morfología y, en segundo lugar, sus consecuencias en las democracias en proceso de consolidación.

1.2.1. Actores a escena en la relación clientelar

El clientelismo político se define como el intercambio de apoyo político por bienes y servicios en el marco de una relación entre tres participantes necesitados y vinculados por fines instrumentales y valores normativos (Cazorla, 1992; Corzo, 2002; Schröter, 2010; Serra, 2016; González Tule, 2019). Pero antes de enfocarse en las dimensiones analíticas y en la delimitación de los tipos históricos, es necesario presentar a los tres actores que participan en las relaciones clientelares. Cabe señalar que, en los primeros esbozos, la relación clientelar se consideraba una relación diádica, en la que un actor busca a otro con más poder político y económico y entablaba una relación de dominación con el fin de conseguir determinados fines (Moreno Luzón, 1995). Sin embargo, con el pasar del tiempo en las relaciones clientelares se pueden identificar tres sujetos en una escala de dominación vertical (Moreno Luzón, 1999).

El *patrón* se encuentra a la cabeza en la escala de dominación y está “dotado de recursos y poder, que ofrece protección y beneficios ... en situación de vulnerabilidad o carencia de algún tipo” (Leoinas Aguirre, 2017, p. 35). Éste ostenta bienes y servicios que intercambia por apoyo político requerido, el cual puede ver reflejado principalmente como apoyo electoral, por lo tanto, el patrón es visto como un líder partidario o un funcionario burocrático (Schröter, 2012; Combes, 2011).

Para Moreno Luzón (1995, 1999) el patrón clientelar tradicional provee bienes, servicios y, además, realiza intercambios simbólicos a nivel emocional con sus clientes (Rodríguez, 2019). Los intercambios tienen como consecuencias, además de proveer los insumos materiales que el cliente necesita, construir certidumbre en contextos en los que la precariedad inunda varias esferas de la vida social.⁶ En esta misma concordancia, Cazorla (1992) de-

⁶ Un ejemplo al que el autor hace alusión es la delimitación de “padrino” y “ahijado”, es decir, para los patrones en contextos tradicionales, los patrones políticos nombran de una forma específica a sus clientes, lo cual tiene una connotación religiosa y simbólica que ofrece certeza emocional y normativa en el intercambio clientelar (Moreno Luzón, 1995).

limita que los patrones construyen, en sí mismos, figuras emocionales y valorativas hacia sus clientes, por lo que el patrón es visto como alguien dadivoso, desinteresado y bueno en su comunidad.

Por otro lado, Susan Stokes (2009) afirma que, para los patrones, en contextos de sociedades más complejas y que tienen una carga de clientes más numerosa, las normas recíprocas se quedan cortas. Así, el patrón calcula sus recursos a intercambiar y los reparte de acuerdo con estimadores racionalizados. En el trabajo de Castro Maravilla (2019) el patrón clientelar que analiza en su estudio de caso (en Tecámac, México) cuenta con un cálculo profundo de sus recursos, los cuales provee o retira según los resultados electorales y el apoyo de sus clientes en éstos.

El *cliente*, por su parte, es un actor (grupal o individual) que intercambia su apoyo político a cambio de bienes y servicios que necesita en situaciones de escasez. Por ello, la práctica clientelar es una práctica de la vida cotidiana como medio para solventar momentáneamente su precariedad (Auyero, 1996, 2000; Müller, 2012; Hagene, 2015). A pesar de ser vistos como ostentadores de una cultura política débil, el cliente puede asumir la caracterización del clientelismo político como antidemocrático, derivando en evaluaciones subjetivas hacia la misma relación clientelar mediante valores democráticos (Schaffer y Schedler, 2009).

Para Fox (1994) los clientes se expresan en colectividades bajo tutela de patrones burocráticos que ofrecen bienes y servicios en forma de políticas públicas a cambio de legitimidad política. Por lo tanto, los clientes son grupos sociales beneficiarios de políticas públicas en particular, ya que éstas no cuentan con controles en su funcionamiento y el intercambio se torna clientelar (Fox y Haigh, 2009). Por ello, el clientelismo político enfocado en grupos sociales con necesidades particulares dificulta la formación de una sociedad civil (Bizberg, 1999; Fox, 2012).

Desde el individualismo metodológico, los clientes son actores individuales necesitados y ponen en juego su sufragio (delimitado anteriormente como valor y derecho) a cambio de saciar sus precariedades (Müller, 2012). En la delimitación de Schröter

(2010, 2012) los clientes son actores individuales a los cuales, en contextos tradicionales, se les puede coaccionar para cumplir su trato, pero de igual forma, en un clientelismo moderno, éstos pueden evaluar con quiénes realizar el trato clientelar y, con ello, fomentar un estado de incertidumbre en su trato. Finalmente, para Freidenberg (2017) los clientes se pueden definir como electores y, por ello, son actores individuales que “participan porque evalúan que los beneficios de participar en los intercambios clientelares son mayores que los costos percibidos, y realizan sus evaluaciones en un contexto normativo” (p. 250).

El tercer actor es el *intermediario* entre el patrón y el cliente, al cual se le llama bróker o mediador. Este actor político fue un hallazgo de los primeros estudios del clientelismo político en los años cincuenta, particularmente desde la antropología (Moreno Luzón, 1999). Para Combes (2018) un mediador se debate entre las acciones instrumentales propias de un trabajador burocrático y, además, los juicios morales-normativos que conlleva el conseguir votos a cambio de apoyo político. Aun así, son de importancia en contextos tanto electorales como no electorales, ya que se encargan tanto de construir reciprocidades como de vigilar que la parte de la relación en el cliente se cumpla; es decir, vinculan al cliente con el patrón (Arriagada, 2013)

En el trabajo de González Tule *et al.* (2019) se expone a los mediadores en un entramado de relaciones jerárquicas en busca de escalar en su carrera política, es decir, el clientelismo con su función como mediador es un medio para alcanzar un fin. Por otro lado, en la gran línea de estudios de Javier Auyero (1996, 2000) los mediadores han interiorizado su labor de mediación clientelar como un *habitus*, en el sentido propuesto por Pierre Bourdieu, por lo que su acción clientelar es producto de esa disposición que funge como modo de percepción, evaluación y acción dentro de la relación clientelar (Auyero, 1996).

Las categorizaciones de los actores en la relación clientelar ofrecen, en primer lugar, una delimitación grupal o individual, ya que pueden ser vistos como individuos (electores, burócratas,

coordinadores o jefes partidarios) o grupos (colectividades, instituciones gubernamentales o partidos políticos). En segundo lugar, proporciona una mirada a la diferenciación que puede haber en contextos más tradicionales en relación con el tópico, es decir, relaciones con tintes emotivos y normativos, en comparación con las instrumentales de contextos modernos. Finalmente, y relacionado estrechamente con el punto anterior, la intención de los actores se traduce en dos grandes dimensiones del clientelismo político (normativa e instrumental) que a su vez conllevan dos grandes tipificaciones ideales de análisis (clientelismo tradicional y clientelismo moderno).

1.2.2. Dimensiones analíticas del clientelismo político

El clientelismo político ha sido definido como una forma de dominación política de acuerdo con los recursos de quienes los poseen frente a los que los necesitan (Corzo, 2002). La morfología clientelar cuenta en su interior con dos dimensiones de análisis (la normativa y la instrumental), las cuales han sido construidas en función del tipo ideal weberiano de acción social, entendida como una acción dirigida hacia terceros (Weber, 2004).

En cuanto a la *dimensión normativa*, ésta se estructura en la tipificación ideal weberiana de acción social racional con arreglo a valores. Este tipo ideal define que la acción social se encuentra

determinada por la creencia consciente en el valor —ético, estético, religioso o de cualquiera otra forma como se le interprete— propio y absoluto de una determinada conducta, sin relación alguna con el resultado, o sea puramente en méritos de ese valor (Weber, 2004, p. 20).

Por ello, la reciprocidad, la lealtad y la confianza son parte de esta tipificación ideal y son la base para que la relación se sostenga y perdure (Cazorla, 1992).

Sin embargo, y menos incluidas en análisis académicos, la acción social tradicional y la social afectiva igualmente son parte de la dimensión normativa. La primera se realiza por una costumbre arraigada y la segunda por sentimientos o emociones actuales (Weber, 2004). De hecho, la acción social tradicional se ve reflejada en la delimitación inicial del clientelismo político, es decir, un clientelismo como rezago de regímenes autoritarios en la democracia en transición que impiden su consolidación (O'Donnell, 1997). Por su parte, los sentimientos y emociones funcionan como elemento de vinculación que refuerza los valores antes mencionados, por lo que la “amistad” asimétrica⁷ (Pitt-Rivers, 1971) es un elemento instrumental y valorativo, pero, igualmente emocional, el cual se refuerza con actos públicos como rituales de interacción o con tipificaciones para dirigirse unos a otros⁸ con el fin de sentirse como parte de una “familia” (Rodríguez, 2019).

La *dimensión instrumental*, por su parte, ostenta la acción social racional con arreglo a fines de la teoría weberiana. Ésta se encuentra “determinada por expectativas en el comportamiento tanto de objetos del mundo exterior como de otros hombres, y utilizando esas expectativas como ‘condiciones’ o ‘medios’ para el logro de fines propios racionalmente sopesados y perseguidos” (Weber, 2004, p. 20). Los actores participantes en la relación clientelar ven dicha relación como un medio para alcanzar un fin, es decir, utilizan, mediante el cálculo de costos y beneficios, la relación clientelar para poder solventar las necesidades que los

⁷ Dicho término es uno de los hallazgos del estudio de Pitt-Rivers (1971), quien observa que los habitantes, del pueblo español que analiza, se relacionan con personas de mayor estatus y fundan en esta relación una amistad, pero con la particularidad de ser una amistad con fines de por medio y en una estructura vertical. Aun así, la relación producía efectos normativos y emotivos del actor menos poderoso hacia el que se encontraba arriba en la escala de dominación.

⁸ Como ejemplos de este tipo de reforzamientos emocionales se puede mencionar a Emmanuel Rodríguez (2019) en su estudio en la delegación Cuauhtémoc en Ciudad de México, en el que define los actos públicos del Partido de la Revolución Democrática (PRD) como rituales de interacción que generan una vinculación emocional entre patrones y clientes, lo cual refuerza la probabilidad de reciprocidad. Igualmente, Hagene (2015) observa que los rituales como desayunos, el día de las elecciones, refuerzan ese vínculo emocional enfocados a impactar en los afectos de los clientes hacia el mediador y, con ello, generar reciprocidad.

aquejan (Schröter, 2012). Así, los cálculos instrumentales pueden estar presentes en los tres actores que participan en la relación clientelar, debido a que es

una transacción entre dos individuos que pretenden maximizar sus beneficios: el patrón, poseedor de bienes, quiere obtener el apoyo del cliente, que a su vez requiere los bienes controlados por el dueño para su supervivencia y la de su familia (Combes, 2011, p. 19).

La dimensión instrumental puede ser vista como parte del intercambio clientelar que se conjuga con la dimensión normativa. Para Jablonsky García (2011) el clientelismo involucra bienes instrumentales, los cuales define como bienes y servicios (como materiales de construcción, dinero, licencias, etcétera) a cambio de bienes expresivos (valores como lealtad, confianza y reciprocidad), por lo tanto, el cálculo instrumental necesita ser trabajado en relación con la dimensión normativa que involucra valores, tradición y afectos.

Además, como se expondrá en el siguiente apartado, tanto la dimensión instrumental como la normativa son parte de relaciones de dominación. Cabe resaltar que se trabajará con el concepto de *dominación*, por su misma definición weberiana: “debe entenderse la probabilidad de encontrar obediencia a un mandato de determinado contenido entre personas dadas” (Weber, 2004, p. 43). Desde esta perspectiva, el concepto de *poder* no explica la legitimidad en la figura de dominación, ya que se basa en imponer la voluntad a pesar de la resistencia e independientemente del mandato. Esta dominación se funda en distintos tipos y se relaciona con el clientelismo político.

1.2.3. Clientelismo tradicional y clientelismo moderno

La forma de relación clientelar que se encontró en los primeros esbozos fue la que actualmente se le denomina *clientelismo tradicional* (Corzo, 2002). Si bien algunos autores se enfocan en

la *coerción* como un determinante en la estructura de la relación clientelar (Schröter, 2010), en realidad, aunque no se excluye, su base se conformaba de *valores normativos y afectivos* que los clientes generaban en cuanto al patrón, “los patronos tenían derecho a la obediencia, el respeto y la lealtad de la comunidad, que con frecuencia se reflejaban en homenajes, lápidas o documentos explícitos de ésta” (Cazorla, 1992, p. 4).

Así, el clientelismo político tradicional es un clientelismo que se desarrolla en contextos políticos en el que los procesos de racionalización y democratización son débiles (Fox, 1994). Para García Naranjo (2011) el clientelismo tradicional se presenta en contextos de *regímenes autoritarios*, en los que *los bienes políticos eran patrimoniales*, la profesionalización burocrática era precaria y el control de las élites se desarrollaba en torno a grandes concesiones privadas concentradas en caciques (Raymond, 2003). Eran relaciones cerradas, es decir, con voluntad nula de unirse o no a la relación clientelar (Solís, 2016). Estos patronos no son políticos profesionales, más bien actúan como intermediarios entre una esfera más alta (la cual protege sus intereses y a cambio les abastece de apoyo político y legitimidad) y los clientes (Cazorla, 1992).

La dominación que el clientelismo político tradicional conlleva es, en primer lugar, la *dominación tradicional* (de hecho, de ahí proviene el nombre). Los clientes son los dominados y los patronos son las figuras de dominación. La idea de la coerción como instrumento de la relación clientelar es superada, ya que un ingrediente que sostiene esta relación de dominación es la legitimidad arraigada hacia el patrón basada en una *costumbre* (Cazorla, 1992; Moreno Luzón, 1995, 1999). El sentido mentado de los clientes está enfocado a dirigirse mediante el pasado, generando certeza y provoca que la relación clientelar se llene de significados normativos con base en ésta.⁹ Por lo tanto, la dominación tradicional es la

⁹ Según Moreno Luzón (1995) los patronos son vistos como generadores históricos de protección hacia los clientes, lo que conlleva que la coerción sea raramente utilizada, más bien el patrón juega con esos significados arraigados en sus costumbres para dirigirlos.

que genera la legitimidad hacia la figura de autoridad y los clientes obedecen y apoyan al patrón político (Guerrero García, 2014).

En adición, el tipo ideal de *dominación carismática* también está presente en el clientelismo tradicional. Con esto, los clientes ven en los patrones figuras extraordinarias con habilidades notables independientes de la tradición. Estas habilidades son las que producen la legitimidad en la relación clientelar y, por lo tanto, los clientes pueden obedecer el mandato del patrón para que cumplan su parte del trato. La acción social que se relaciona, por ende, es la afectiva, debido a que el sentido de su acción está enfocado en afectos emotivos hacia terceros; en el caso del clientelismo, el cliente puede generar vinculaciones afectivas con el patrón/mediador y éstas serán la base de una relación clientelar que no está cimentada por la tradición (Scheffer y Lachi, 2020).

Ambos tipos de dominación pueden encontrarse yuxtapuestos. Además, estos tipos de dominación deben volverse legales, ya que sus vínculos son débiles y al establecerlos en un reglamento jurídico positivo le otorgan a la dominación un grado de objetividad.

Por tal motivo, finalmente, la *dominación racional* también se puede encontrar dentro del clientelismo tradicional, aunque puede ser parte, igualmente, del clientelismo moderno. Esta dominación parte de la creencia de valores legales y legítimos de la figura de dominación, es decir, el cliente obedecerá al patrón o mediador precisamente por su posición de jerarquía burocrática. Sin embargo, en el clientelismo tradicional, dicha jerarquía “legal” se refuerza con valores de una relación informal (lealtad, reciprocidad, confianza), los cuales no son tratados tal cual en la tipificación weberiana, pero son referente de dominación por la expectativa que se tiene de la acción del actor (Schröter, 2010).

La *norma de reciprocidad*, por un lado, es la garante de *conclusión certera* del trato clientelar en los contextos de clientelismo tradicional, esto debido a la tradición, valores y afectos que se conjugan en una responsabilidad del cliente frente al patrón. Para Stokes (2009) la norma de reciprocidad es funcional en situacio-

nes de apego con los clientes y en demarcaciones demográficas reducidas. Así, la categoría de Auyero (1996, 2000) de *círculos internos de mediadores* puede explicar aquellos arreglos clientelares normativos que derivan en la reciprocidad de clientes con vínculos, además, afectivos.

El *clientelismo político moderno*, por su parte, deriva del supuesto de *transición* de un régimen autoritario¹⁰ a uno *democrático*. Éste se caracteriza por transitar de la propiedad privada del patrón, muchas veces vista como caciquil, a ser un trabajador más del Estado o partido político, es decir, son *políticos profesionales* (Moreno Luzón, 1999; García Naranjo, 2011; Guerrero García, 2014). En este proceso, los mediadores surgen como los actores burocráticos o partidarios que se encargarán, en una estructura jerárquica, de la vinculación entre patrón y cliente (González Tule *et al.*, 2019). Por su parte, los clientes gozarán de un *margen mayor de elección*, producto de la ampliación de la participación política y de la competencia entre los distintos partidos que disputan elecciones siendo el sufragio el elemento, en masa, de intercambio por bienes y servicios (Sánchez y Solano, 2019).

Ligado a lo anterior, el clientelismo moderno, como menciona Schröter (2012) es un clientelismo sin compromiso. Esto debido al uso *maximizador de ganancias*, por parte de los clientes, para poder elegir entre el mejor postor, ya que el clientelismo se torna más *flexible*. Es decir, los participantes tienen un margen más grande de elección, que va desde involucrarse o no en una relación, hasta el elegir al patrón que más le convenga para el trato clientelar debido a que es una relación impersonal e, incluso, anónima (Arriagada, 2013).

La instrumentalidad anterior se funda en los dos grandes conceptos de acción social weberiana. Por un lado, la *acción social con arreglo a valores*, la cual conduce al actor social por normas

¹⁰ La morfología del clientelismo político se puede tornar a moderno desde el proceso de liberalización anterior a la transición, ya que éste provee aperturas a canales de participación y competencia que afectan los tratos clientelares tradicionales llevados a cabo en regímenes autoritarios.

y mandatos valorativos, es decir, su comportamiento es de una manera en específico por dichos postulados normativos. Por otro lado, la *acción social con arreglo a fines* delimita el accionar social como un medio objetivo para alcanzar fines subjetivos, la acción social es un instrumento para alcanzarlos (Weber, 2004). Dichos tipos ideales se pueden encontrar combinados, por lo que sus derivaciones empíricas y teóricas se ven reflejadas de formas variadas en distintos contextos.

Esa instrumentalidad, como potenciadora de ganancias, trae consigo *reciprocidades débiles*. En el clientelismo moderno las relaciones llegan a ser relaciones esporádicas y anónimas (Corrochano, 2007). Sin embargo, la pregunta que surge es ¿en dónde queda lo valorativo de la acción social anteriormente planteada? La respuesta se puede ver desde dos ángulos sin ser excluyentes. Por un lado, las reciprocidades pueden ser mayores en situaciones con valores que conduzcan a la relación clientelar, como lealtad y confianza, ya que éstos dirigirán racional-valorativamente al actor clientelar hacia determinada acción social, incluyendo la conclusión en su trato (Schröter, 2012).

Por el lado del accionar social racional con arreglo a fines, más que un vacío valorativo, lo que se encuentra es la presencia de valores en conjunto con la instrumentalidad de los participantes. Para esto, se puede traer a la mesa el concepto de *cálculo moral* de Vommaro y Quirós (2011), que delimita la instrumentalidad mediante el valor del intercambio, el cómo se intercambia y la posibilidad de contar con el “otro” dentro de la relación clientelar, la cual tiene principalmente una dimensión instrumental para el actuar de los participantes, pero intermediada por estructuras normativas. Por ello, la conducción es racional con arreglo a fines, pero la evaluación subjetiva hacia los mediadores clientelares, por su parte, se realizará desde lo valorativo.

Así, las subjetividades valorativas convergen con las instrumentalidades, ya que el intercambio clientelar puede verse como un derecho más que como una ayuda. Para Schaffer y Schedler (2009) el clientelismo político tiene la dificultad de delimitar

criterios de intercambios en sus insumos, ya que es un mercado informal sin regulaciones oficiales, por lo que los actores en su relación adjudican los valores a su intercambio. Como resultado, los participantes, en específico los clientes, terminan evaluando al clientelismo político positiva o negativamente, ya que pueden delimitarlo como una reparación, una afrenta, una amenaza, un signo de virtud, un signo de vicio o de fortaleza en los partidos políticos. Tales evaluaciones, inmersas en posturas valorativas, son insumos del cálculo moral antes mencionado.

Finalmente, el clientelismo moderno se caracteriza por ser un clientelismo *ilusionario*. Éste se especifica por la incertidumbre en los actores en cuanto a sus reciprocidades, ya que por la instrumentalidad y el cálculo valorativo la certeza en el trato puede quedar difusa (Schröter, 2010). Por ende, el uso de la norma de reciprocidad, que era efectiva en regímenes autoritarios con clientelismo tradicional normativo, no es la más apta para confiar en la concreción del trato clientelar (sobre todo en clientes externos). En su sustitución, como señala Stokes (2009), los patronos y mediadores hacen uso de la estrategia de *incentivos selectivos*, la cual toma como referencia las necesidades y se enfoca en grupos vulnerables con los que generan una reciprocidad, producto no de valores o normas, sino con base en el mismo intercambio, del cual dependen mutuamente (Castro Maravilla, 2019).

Dada esa instrumentalidad y la debilidad en sus reciprocidades, el clientelismo político se adhiere a la *dominación por constelación de intereses*. Es decir, una dominación que no se funda en la fuerza ni por la creencia en la figura de autoridad, ya que la obediencia al mandato es resultado del intento de los actores sociales por alcanzar determinados fines (Weber, 2004). Sin embargo, más que una relación sin contenido normativo, los significados que se le atribuyen a las prácticas clientelares serán insumos para la evaluación instrumental, por lo que las relaciones clientelares no son plenamente instrumentales o normativas, sino es una derivación de la combinación de ambas (Auyero, 1996, 2000).

En síntesis, se puede hallar relación entre la acción social, la dimensión del clientelismo político, la dominación y las características del clientelismo tradicional y el clientelismo moderno. Sin embargo, no se deben de tomar como aspectos separados y ajenos uno entre el otro, ya que, en la contrastación empírica, como tipos ideales que son, no se encontrarán en forma pura. Por tal motivo, la línea sigue siendo la misma que se marcó en el apartado de régimen político, es decir, delimitar una serie de elementos analíticos que sirvan como herramientas con el fin de definir la morfología de, en este caso, los clientelismos que se pueden observar en las democracias, ya que ambos son adaptativos mutuamente a contextos específicos.

Lo siguiente que se necesita es encontrar indicadores que puedan identificar, en primer lugar, los elementos de las democracias y, en segundo lugar, su relación con el clientelismo político. Esto servirá como insumo de análisis del clientelismo político desde la perspectiva de los clientes de Cuautitlán México (2018-2021). Por tal motivo, a continuación, se vinculará la exposición con el concepto de *sistema de partidos*, debido a que en éstos se pueden identificar ambas cosas. En suma, el sistema de partidos es uno de los indicadores de las democracias, pero, además, puede llevar a cabo una forma específica de clientelismo político, el cual tendrá como consecuencia la cooperación o intromisión en el desarrollo de los elementos democráticos que se han expuesto (participación, competencia, representación, rendición de cuentas y legitimidad).

1.3. Teoría morfológica de los partidos políticos

Al hablar de democracia como régimen, y sus elementos, los partidos políticos han sido y siguen siendo actores importantes en los procesos de transición y consolidación (Schmitter, 2011). Sin embargo, en democracias jóvenes se suscita lo que se llama an-

tipartidismo cultural,¹¹ el cual se define como un rechazo hacia estas instituciones por no cumplir las expectativas que cargan en ellos (Gunther, Montero y Torcal, 2007). Aun así, retomando de nuevo la postura de Whitehead (2016) los partidos políticos son una parte importante en las democracias, ya que éstos estructuran las reglas de juego y se instalan en ellas, pero no se debe olvidar que, tal como la misma democracia o el clientelismo político, los partidos se adaptan a entornos contextuales determinados y puede haber una gran diversidad de éstos.

Así, *régimen político democrático*, *clientelismo político* y *sistema de partidos políticos* son conceptos que se relacionan y se pueden ver reflejados en la categoría de clientelismo de partido (Cazorla, 1992; Corzo, 2002; Schröter, 2010, 2012; García Naranjo, 2011; Guerrero García, 2014). Sin embargo, antes de pasar a la categoría, se necesita instalar la discusión en una forma determinada de concebir a los partidos y al sistema de partidos. Por ello, se retomará el enfoque morfológico, que toma en cuenta el número de partidos importantes en un sistema partidario plural y sus interacciones (Bartolini, 1996); con ello, se podrá delimitar, en primer lugar, el clientelismo de partido como parte de las reglas que éstos consensúan para su competencia y, en segundo lugar, las consecuencias que el desarrollo del clientelismo político (desde el sistema partidario) provoca en las democracias.

1.3.1. Partidos como actores en la democracia

En regímenes políticos democráticos, los partidos son los actores esenciales para que las instituciones democráticas puedan funcionar de manera óptima. La concepción de Méndez de Hoyos

¹¹ Estos mismos autores delimitan la contraparte del antipartidismo cultural como antipartidismo reactivo. Éste se enfoca en la crítica constructiva de los partidos políticos, ya que no cumplen sus funciones y los ciudadanos tratan de cambiar las circunstancias de su funcionamiento, pero en un primer momento se desarrolla un rechazo a ellos. Este fenómeno es suscitado en contextos democráticos más maduros.

(2007) se inclina hacia la cooperación de los partidos políticos en la mediación entre el Estado y los ciudadanos, ya que son vehículos de demandas que se expresan en la esfera pública cuando los partidos ganan puestos en el gobierno. Por lo tanto, la formación de partidos políticos y su estructuración en sistemas de partidos pueden reflejar si las expectativas en las democracias cumplen su función y, con ello, identificar sus procesos de transición y consolidación (Reyes del Campillo, 2014).

Un *partido*, desde una definición weberiana, se define como una asociación la cual tiene como principal objetivo el llegar a puestos de gobierno, con las elecciones de por medio (Weber, 2004, 2011). En esta misma consonancia, para Sartori (1976) un partido es aquel grupo político que mediante elecciones libres (o no) tiene como objetivo colocar a representantes en cargos del gobierno; sin embargo, argumenta diferenciar partido político de facción, ya que esta última es una asociación que lucha por intereses personales, mientras que el partido es un conducto para la expresión, ya que representa al pueblo y sus intereses.

Bartolini (1996) menciona que las principales funciones de los partidos políticos son la integración, la movilización y la participación. La primera se refiere a la *integración* al sistema político, en la que los ciudadanos reconocen las instituciones políticas existentes y funcionan como socializadores de instituciones políticas. La segunda alude al proceso mediante el cual las *demandas* particulares se cohesionan en una acción colectiva, es decir, se juntan grupos con una serie de demandas y las cohesionan al mismo tiempo de cohesionarse como conjunto, son focos de expresión de demandas, organizaciones con recursos. Finalmente, la tercera se da a través de canales mediante los cuales las personas con ambiciones políticas pueden *competir* por un puesto en el gobierno.

Por su parte Fischer-Bollin (2013) define las funciones de los partidos políticos desde la postura de la poliarquía de Dahl. Esto parte del supuesto de la competencia y la participación en un sistema regido por grupos diversos en busca de representación en el gobierno para la solución de problemas. Para este autor, las

funciones son *la articulación de intereses, representación de intereses, realización de programas políticos, movilización a través de campañas electorales y la realización de intereses de los seguidores y líderes*. Sin embargo, las funciones se pueden llegar a contradecir, por un lado, por multiplicidad de intereses en juego que pueden llegar a presentarse en un partido, ya que al llegar al gobierno no todos son resueltos y, por otro, la legitimidad (en función de la representación y rendición de cuentas) se debilita.

Por ende, los partidos políticos son indicadores de los regímenes políticos democráticos, ya que, en primer lugar, la competencia partidaria (que delimita a varios líderes políticos en busca de puestos de gobierno) se funda en la pluralidad de partidos que se lanzan a elecciones (Reyes del Campillo, 2014, 2016, 2019). En segundo lugar, dado que las elecciones son un mínimo para que se presente una forma convencional de participación (electoral) los partidos políticos son fuente importante de representación y participación, ya que los intereses de un grupo específico de ciudadanos los delegan a los partidos y los comicios son, precisamente, ese momento en el que se elige cuáles intereses pueden llegar a ser tratados en la esfera pública (Fischer-Bollin, 2013). En tercer lugar, en el sistema de pesos y contrapesos los partidos políticos son actores importantes debido a que son ellos los que discuten los intereses al llegar al gobierno y fungen como vigilantes en la rendición de cuentas horizontal (Scartascini, 2011).

1.3.2. Sistema de partidos como estructura y competencia

A pesar de ser actores (colectivos) individuales, Sartori (1976) menciona que a la vez son parte de un todo, sin embargo, para considerar las partes de un sistema de partidos no se considera únicamente un conteo cuantitativo. Éstos, en conjunto e interacción, conforman un sistema partidario, el cual es un sistema, al menos, bipartidista (García Reyes, 2010). El sistema de partidos definirá los partidos importantes y éstos tendrán en su armazón

distintas formas de adhesión de militantes y electores (Varetto, 2014). El clientelismo político aparece de distintas formas de acuerdo con los partidos importantes dentro y fuera del gobierno; todo esto en el entramado clientelar moderno llamado clientelismo de partido (Moreno Luzón, 1999; Corzo, 2002; Combes, 2011; Vommaro y Combes, 2015).

Un sistema de partidos se define, desde el enfoque morfológico, como el conjunto de partidos políticos en interacción mutua, dentro de un contexto plural (Duverger, 1960; Luque Rojas, 2016; Reyes del Campillo, 2014, 2018, 2019). Para Garrido y Freidenberg (2020) el sistema de partidos se caracteriza, en primer lugar, por su *estructura*, ya que ésta delimita la forma del sistema de partidos mediante sus participantes; en segundo lugar se caracterizan por su *competencia*, “es definida por las interacciones competitivas entre los partidos y su entorno, lo que permite observar las estrategias y posiciones programáticas de los partidos políticos, así como la cooperación entre los actores y los resultados sobre el sistema político” (Garrido y Freidenberg, 2020, p. 4).

Por su parte, Reyes del Campillo (2013, 2019) menciona que para el estudio de los sistemas partidarios desde un enfoque morfológico se necesita tomar en cuenta la nacionalización, la competitividad, la fragmentación y la volatilidad de éstos. En el caso del presente análisis se tomarán en cuenta la *competitividad* y la *fragmentación*, debido a que éstas pueden ser referentes del uso de clientelismo político y de sus patrones en disputa. La primera hace alusión a la cooperación, la competencia, el consenso y el conflicto en las formas que los partidos de un sistema partidario llegarán al poder; esto si bien se instala en un debate acerca de la participación convencional, lo cierto es que las reglas de juego van más allá de esto, y el clientelismo político emerge como una parte importante en la competitividad partidaria (Cazorla, 1992; Corzo, 2002; Schröter, 2010; Sánchez y Sánchez, 2015; Serra, 2016).

Mientras que la fragmentación se define como una “dimensión que nos remite a la concentración o dispersión del poder entre los diferentes partidos políticos” (Reyes del Campillo, 2016,

p. 287). La concentración de poder en determinados partidos es significativa porque delimita los partidos importantes en un sistema partidario (bajo las reglas de competitividad). La categorización clásica de Duverger (1960) menciona que los *partidos de vocación mayoritaria* son aquellos que pueden conseguir por sí solos mayorías; los *partidos grandes* no pueden conseguir mayorías, por lo que necesitan ayuda de coaliciones; los *partidos medianos* son las fuentes de apoyo de los partidos grandes para ayudarlos a conseguir mayorías a cambio de algún puesto de representación para ellos; mientras que los *partidos chicos* son intrascendentes en la contienda electoral.

Sartori (1976) menciona que un sistema de partidos puede llegar a cambiar cuando una nueva fuerza partidaria comienza a ser importante. Así, los patrones políticos se reestructuran y traen como resultado nuevas interacciones entre ellos y alteraciones en la posible decisión de los electores a la hora de los comicios. Por tal motivo el conteo cuantitativo de partidos políticos necesita complementarse con un análisis cualitativo de dichas nuevas fuerzas partidarias. Para esto, se necesita delimitar a los partidos grandes en el sistema de partidos, ya que éstos son los que concentran el poder.

1.3.3. Número efectivo de partidos como herramienta de análisis

Para un análisis del sistema partidario desde su morfología, se pueden aplicar dos fórmulas estadísticas que están ligadas en su explicación. La primera expresa, en su resultado, el índice de fragmentación electoral o parlamentaria, es decir, el Índice de Rae (Bartolini, 1996; Luque Rojas, 2016; Reyes del Campillo, 2016). Ésta toma como base el porcentaje de votos o de escaños en el congreso y dará como resultado un número entre 0 y 1; en donde 0 significa partido único, 0.5 bipartidismo y 1 quiere decir que se tiene un escaño por partido o un partido por elector:

La fórmula es $F = 1 - (\sum V^2)$ para electoral y $F = 1 - (\sum S^2)$ para parlamentaria.¹²

Sin embargo, no se puede explicar y describir como tal qué morfología estructura un determinado sistema (enfocado al número de partidos trascendentes), si éste es un multipartidismo polarizado, moderado, un multipartidismo o, en su caso, un partido único (Bartolini, 1996). Para esto se tiene la fórmula de número efectivo de partidos, tomando en cuenta la fragmentación del Índice de Rae y trae consigo un número entero, con decimales. Dicho número es una forma más clara de visualizar cuantitativamente los partidos importantes:

La fórmula es: $1 / 1 - F$.¹³

Por lo tanto, el análisis morfológico toma en cuenta la competitividad y la fragmentación del sistema de partidos. En aquélla puede verse reflejada la competencia, en específico tomando en cuenta los consensos y reglas con los que los partidos en el sistema de partido compiten por votos. Mientras que, en la fragmentación, se visualiza, por un lado, la estructura del sistema partidario y, por otro, se delimitan los partidos importantes (con mayor concentración de poder) en un sistema. El análisis cuantitativo refleja dicha fragmentación, la cual enfocada a la presente investigación se traduce en la localización de los patrones clientelares importantes en Cuautitlán México en competencia por votos, los cuales utilizan al clientelismo como una de sus reglas del juego.

¹² F = Índice de fragmentación.
V = Porcentaje de votos sobre base 1.
S = Porcentaje de escaños sobre base 1.

¹³ F = Es la fragmentación electoral o parlamentaria.

1.3.4. Clientelismo de partido en sistemas partidarios plurales

El *clientelismo de partido* se puede considerar como el clientelismo con mayor presencia en contextos democráticos, ya que los partidos políticos han modernizado sus estructuras políticas, intercambiando a sus actores y pasando de los viejos caciques autónomos a trabajadores de la burocracia o políticos especializados (Cazorla, 1992). Abarca las tres características, mencionadas anteriormente, de los partidos políticos, ya que la integración se puede ver en que los electores reconocen a los partidos como garantes de la socialización política en un contexto democrático (Corzo, 2002), son focos de demandas porque al interior del partido se condensan intereses y son expresados mediante políticas programáticas a negociar con sus electores (Maíz, 2003); finalmente la competencia se ve reflejada porque con clientes por adherir al partido, al haber varios líderes políticos partidarios, éstos aumentan su competencia y oferta de políticas o servicios (Müller, 2012).

El clientelismo moderno se ve reflejado, a la vez, en determinadas formas de clientelismo político, aparte del partidario (aunque en ellos los partidos políticos participan). El *clientelismo electoral* es el que se lleva cabo en los ambientes de comicios, en donde el intercambio se basa en políticas futuras si el partido llega al poder o mediante la compra de votos (Corzo, 2002; Hage- ne, 2015; Schröter, 2010). Tiene como fundamento las elecciones como medios para conseguir puestos en el gobierno, por lo tanto, se puede considerar un clientelismo de partido activado a profundidad en periodos electorales (Hernández Muñoz, 2008).

Mientras que el *clientelismo burocrático* es aquel que se basa en políticas desde el gobierno, las cuales sirven para legitimar y recibir demandas de círculos de clientes (Corzo, 2002). La diferencia entre las políticas clientelares y las políticas públicas son el particularismo versus el universalismo de una y otra, respectivamente (Maíz, 2003). Este tipo de clientelismo, de hecho, es el principal foco de rendición de cuentas vertical, debido a la posición en el poder y la evaluación del periodo del patrón en cuanto a las ex-

pectativas de sus representados, quienes castigan o incentivan su labor en el periodo electoral (Tosoni, 2007).

La estructura del clientelismo de partido, por lo tanto, deriva de las estrategias que los partidos importantes utilicen para la adhesión de electores. Dentro de un régimen político democrático, la competencia partidaria puede ser la causante de llevar a cabo el clientelismo de partido, ya que lo utilizarán con el fin de conseguir apoyo político, ya sea en forma de legitimación o de votos. Por lo tanto, un análisis del clientelismo desde el sistema de partidos puede lanzar a la luz, en primer lugar, los partidos que se tienen que considerar importantes en el sistema y, en segundo lugar, las interacciones y estrategias que éstos llevan a cabo para la adscripción de clientes, esto derivado de la estructura competitiva, incierta e instrumental que se vive en un clientelismo moderno.

1.4. Consecuencias del clientelismo en la democracia

La relación clientelismo y democracia es un debate que ha estado presente desde el inicio del tratamiento del objeto de estudio (Paladino, 2014). El clientelismo de partido llevado a cabo por los partidos importantes en el sistema partidario llega a ser catalogado como un obstáculo en el quehacer democrático, tachándolo de corrupto y como una fuente de dominación (apegada al clientelismo tradicional) por el afán de reducir la ilusionariedad (dada por el clientelismo ilusionario) producto de la instrumentalidad (bajo su forma de cálculo moral) de los clientes hacia los patrones (Tosoni, 2007). Sin embargo, también es visto como un garante de la competencia política y un apoyo de la democracia (Corzo, 2002).

Las instituciones poliárquicas (mencionadas en el apartado inicial) traen consigo procesos democratizadores, tales como la igualdad de voto, la participación efectiva, la comprensión esclarecida, el control de programa de acción y la inclusión de derechos (Schedler, 2004b). Por lo tanto, la ciudadanía necesita ser aquella que controle al sistema político mediante dichos procesos, pro-

ducto de las instituciones poliárquicas, y no al contrario. Así, la dominación de una minoría es una visión contraria a la poliarquía y el momento en el que puede aparecer es en la ausencia del pluralismo y, por ende, de las instituciones poliárquicas. En consecuencia, el bien común que se encuentra en la poliarquía es el de los procesos con los que ésta funciona y genera que la ciudadanía controle y sea parte del sistema político (Schedler, 2004c).

La relación entre clientelismo y democracia puede ser una relación de sometimiento, con partidos sin proyectos sociales, deslegitimación e inestabilidad, esto es a lo que Corzo (2002) llama *clientelismo intrínseco*. Este clientelismo, en primer lugar, afecta las instituciones poliárquicas y a sus valores máximos (participación y competencia), ya que, desde los partidos del sistema de partidos, es utilizado como un fin que les trae como resultado los votos necesarios para seguir en el poder, esto sin una relación de representación responsable ni con controles de rendición de cuentas de por medio. Es una relación de sometimiento porque los actores son vigilados y las necesidades los obligan a ceder sus derechos políticos a cambio de insumos para su subsistencia.

En segundo lugar, los partidos no tienen proyectos sociales ya que su estructura está basada en cubrir, al momento, lo que los clientes necesitan o lo que ellos construyan para ellos, no se tiene un programa de políticas en específico. Para Gay (1996) el clientelismo denso es el definidor de aquel clientelismo que estanca las demandas de colectividades, ya que se basa en un sistema de dominación y en la compra de votos. Finalmente, trae consigo deslegitimación e inestabilidad porque, al final de cuentas, los valores de la cultura política democrática están dentro de los clientes y el clientelismo político los perturba y construyen una definición de Estado corrupto (Alcantud, 1997).

El *clientelismo extrínseco*, siguiendo con Corzo (2002) es la contraparte del anterior. Éste, en primer lugar, cuenta con una estructura horizontal, ya que el sometimiento no es lo que perdura, más bien se escuchan demandas de los ciudadanos mediados por el clientelismo político y por los partidos. Es decir, los partidos

cumplen con su papel de representación y, además, como entidades de participación política. Por lo tanto, esta canalización de demandas trae consigo una respuesta, generando competencia partidaria y participación real por parte de los clientes, la cual se funda entre participación no convencional, pero culmina en una participación convencional electoral.

En segundo lugar, la instrumentalidad del clientelismo moderno produce que los clientes hagan evaluaciones retrospectivas e introspectivas a los patrones. Éstas se pueden ver como actos de rendición de cuentas vertical con la finalidad de elegir representantes con quienes mayor ganancia obtengan, castigando a quienes no cubran las expectativas morales de los representados. Sin embargo, su cualidad horizontal, igualmente, conlleva a la formación de colectividades autónomas que pueden formar parte de sociedades civiles que evalúan (mediante controles horizontales) a los patrones políticos, esto es a lo que Gay (1996) llama *clientelismo fino*, es decir, relaciones clientelares que forman colectivos ciudadanos que evalúan y demandan políticas públicas.

Finalmente, este clientelismo legitima al régimen político, a los partidos políticos y a la misma administración gubernamental, pues sus funciones de integración, recepción de demandas y competencia se verán reflejadas en su accionar. Con esto, la eficacia será legitimada y el déficit democrático se reduciría, fortaleciendo la confianza en las democracias. Además, la legitimación hacia los partidos y la administración pública será un ejercicio de representación, participación y rendición de cuentas en un ambiente de competencia.

Por ende, lo que se puede decir es que un clientelismo intrínseco puede existir en regímenes con valores democráticos consolidados. Aunque también pueden aparecer en las democracias en vías de consolidación en distintas formas, ayudando a alcanzar una mejor calidad. Mientras que el clientelismo extrínseco se presentaría en contextos con vías de consolidación de las reglas y su funcionamiento procedimental, siendo el clientelismo un obstáculo para la consolidación democrática. Aun así, no se tiene que dejar de lado la postura metodológica constructivista

weberiana, por lo que la relación de los tipos ideales en estudios particulares puede ser distinta y no se encontrará en forma pura.

1.5. Conclusión del capítulo

El clientelismo político es una relación existente en las democracias, ya sea en transición o consolidación. El clientelismo de partido es la expresión del clientelismo moderno, siendo los partidos importantes los que lo utilizan como un medio para reducir la incertidumbre y lidiar con la instrumentalidad de los clientes en un ambiente de participación y competencia. Los efectos, por el uso del clientelismo, por parte de los partidos en un sistema partidario pueden ser cooperación u obstrucción con las democracias.

Si bien el marco analítico presentado retoma perspectivas contradictorias en cuanto a algunos postulados, lo cierto es que se han incluido las posturas de transición y consolidación democrática, por un lado, y las de clientelismo tradicional y moderno, por otro, sin intención normativa ni con el fin de delimitar un deber ser moral. Más bien, se pretende contrastar los elementos analíticos en el contexto de Cuautitlán México (2018-2021). Con ello se acercará a la forma de la democracia del municipio (como una de varias que se pueden encontrar) la morfología del clientelismo político que lleva a cabo su sistema partidario y se delimitará la relación de dichas variables.

Así, el desarrollo teórico conceptual sirve para dos cosas: en primer lugar, da respuesta a la pregunta particular planteada para este capítulo, la cual cuestionaba cuáles eran las teorías y delimitaciones conceptuales que tratan al clientelismo político llevado a cabo en las democracias con grados de instrumentalidad mayores que en otros contextos; el armazón teórico presentado responde a esa pregunta y cumple con el objetivo de delimitar dichas conceptualizaciones. En segundo lugar, dota al presente de delimitaciones conceptuales que servirán para desarrollar los capítulos siguientes.

Capítulo 2. El sistema partidario en México y su reestructuración en Cuautitlán México

EL CASO DE ESTUDIO DEL CLIENTELISMO POLÍTICO en Cuautitlán (2018-2021) no es un fenómeno aislado, ya que comparte similitudes con una serie de municipios mexiquenses (llamados en conjunto el Corredor Azul) que tuvieron recorridos políticos y sociales semejantes. Éstos se caracterizan por haber vivido alternancias a principio del milenio y regresos a gobiernos priistas, además de indicadores socioeconómicos (como educación, servicios e industria) en niveles altos.

Por lo tanto, un primer paso antes de hablar de la morfología del clientelismo político, retomando el marco presentado con las categorías de clientelismos tradicional y moderno, y sus consecuencias en la democracia, con los referentes que se han planteado, es necesario delimitar el estudio de caso contextualmente. Con ello se definirá el dónde y cuándo de un tipo de democracia determinada y, por ende, sus interacciones de causa y consecuencia con el clientelismo político.

Así, el objetivo de este capítulo es mostrar la morfología del sistema de partidos clientelares antes (2003-2018) y después (2018-2021) de la llegada de Morena al poder en Cuautitlán, Estado de México, esto con la categorización de los partidos importantes en el periodo. Con ello se cooperará en la delimitación contextual del municipio y, además, lo instalará en un contexto político en general, ya que su situación social y política es parte de procesos más amplios y las relaciones clientelares se presentan como parte de ellos.

En primer lugar, la discusión se enfocará en la parte política a nivel macro, esto con el acercamiento a la democracia mexicana en transición, por lo tanto, se hará un recuento general del proceso de liberalización política para desembarcar en una discusión acerca del estatus de la transición mexicana y sus repercusiones en el régimen y clientelismo político. Posteriormente, se hará un esbozo descriptivo a la parte social y económica del municipio, esto con el fin de colocar los parámetros generales de posibles vías que podrían derivar en clientelismo político. Finalmente, se seguirá proyectando el caso de Cuautitlán, con el fin de colocarlo en su contexto político como parte de lo suscitado a niveles macro; así se hará un recuento del sistema partidario del municipio que servirá como complemento a contrastar y complementar en los capítulos siguientes.

2.1. La perduración de la transición política en México

Hablar de Cuautitlán México y su contexto político-social tiene como consecuencia su instalación en los procesos políticos a niveles estatales más amplios. Por tal motivo, se hará un recuento general de la transición democrática en México, la cual está instalada en un trayecto de un régimen autoritario que, si bien tuvo sus particularidades a lo largo del siglo xx, fue hegemónico, integrador y funcional hasta los años ochenta (Rodríguez Araujo, 2009). Sin embargo, a partir de reformas políticas que produjeron, directa e indirectamente, la liberalización del régimen político y la fragmentación del partido hegemónico, el final del segundo milenio e inicio del tercero puede tomarse como un periodo de transición democrática, en el que se logran cubrir los aspectos mínimos de un régimen democrático, aunque esta transición aun no esté consolidada (Aguilar, 2009).

2.1.1. Inicio de la transición mexicana a finales del siglo xx

El régimen de partido hegemónico en México gozó de estabilidad en las élites gobernantes y en la respuesta a sus clientelas corporativas y caciquiles (Meyer, 1991). Aun así, los conflictos al interior del partido no fueron ajenos, ya que su hegemonía fue externa al colocarse como la fuerza electoral dominante (partido predominante para Sartori), pero en su interior hubo disputas y críticas a su estructura vertical (Reveles, 2003). Para Muñoz Patraca (2006) la lucha por democratizar al PRI en su interior fue conformando diversas vertientes ideológicas que derivarían en su fragmentación a finales del siglo xx.

Por lo tanto, se puede decir que la exclusión participativa partidaria, la coerción a movilizaciones de protesta social, las crisis económicas y la fragmentación del partido hegemónico abrieron la puerta a, en primer lugar, la liberalización del régimen político y, en segundo lugar, derivó en una primera transición (Aguilar, 2009). Dicho proceso tuvo en su interior acuerdos y conflictos entre los actores políticos importantes de la época y su trayecto fue ambiguo (Reveles, 2003).

Para algunos autores la transición tiene como su punto inicial la reforma política de 1977 (Córdova, 2009; Valdés Ugalde, 2013). Esta reforma se marca como el inicio de la liberalización del régimen político, la cual comienza a abrir puertas a la competencia partidaria marginada en décadas anteriores y la posibilidad de participación política y electoral reales. Sin embargo, dicha reforma se ha delimitado, desde otra perspectiva, o sea, como una solución del mismo régimen hegemónico hacia la crisis política y económica vivida en dicho contexto, ya que “es posible apreciar que toda apertura política, por limitada o controlada que sea, da lugar a una rearticulación de fuerzas y recursos políticos, así como a una redefinición, en mayor o menor medida, de las reglas políticas existentes” (Cansino, 1991, p. 14).

En esa misma lógica, para Labastida (2015) la liberalización inicia con la reforma del año 1963, la cual pretende mantener la

legitimidad mediante la proporcionalidad y conservar la capacidad de decisión del partido hegemónico. Ésta se sitúa en la efervescencia del movimiento ferrocarrilero, la Revolución cubana como referente a evitar y en la intención de boicot del PAN (principal opositor). Aun así, este último comenzaría a tejer relaciones con el PRI con miras instrumentales, lo que trajo como resultado la victoria de varios gobiernos municipales.

La reforma de 1977, en esta línea, se instala como instrumento de acuerdo y conflicto derivado del contexto político de inestabilidad. Entre dichos sucesos se encuentra la opresión a movimientos como el de 1968 o 1971; las demandas por mejoras económicas por parte de los sectores más desprotegidos; las presiones por participación política por parte de los sectores medios; y las exigencias de inclusión en la política económica de clases empresariales (Cansino, 1991). Por ello, la reforma actúa como mediadora de los intereses que le eran demandados al sistema político y, en el otro extremo, como instrumento con el cual la élite política podía mantenerse en la senda del poder.

Con ello, la reforma es un primer gran avance a la transición, ya que en efecto trajo consigo la apertura a la competencia y la participación políticas. Aunque su utilización fue rigida y coordinada por el PRI con el fin de resolver las inestabilidades que comenzaron a florecer después de varias décadas de legitimación mediante el caciquismo y el corporativismo. Aun así, sus contribuciones encaminaron el inicio de la transición democrática:

La contribución fundamental de la reforma de 1977 fue el reconocimiento constitucional de los partidos políticos como “entidades de interés público”. Otros aspectos importantes fueron la introducción del registro condicionado de los partidos al resultado de las votaciones, con un umbral mínimo del 1.5 % de la votación de las elecciones federales, y la ampliación de la Cámara de Diputados de 300 a 400 miembros, 100 de ellos electos por el principio de representación proporcional, exclusivos de la oposición, con lo que se garantizaba un mínimo de pluralidad (Labastida, 2015, p. 131).

Por ello, para Córdova (2009) la transición a la democracia en México tiene un primer periodo entre 1977 y 1988. Para el mencionado periodo la coordinación es por el PRI y su utilización se basó en una intención de estabilizar el contexto económico y político de la época. En consecuencia, se tuvo una liberalización, pero ésta fue controlada por el poder hegemónico y representó la permanencia de prácticas tradicionales del gobierno autoritario a lo largo de los años posteriores (Cansino, 1991).

A pesar de los intentos de estabilizar la legitimidad y mantener el control por parte del partido hegemónico, los resultados de la reforma de 1977 no fueron los esperados. De hecho, sus consecuencias fueron encaminadas a una liberalización y el levantamiento de una oposición importante, por lo que en 1986 se lanza otra reforma con el fin de contrarrestar las consecuencias liberalizadoras de la reforma anterior. Entre sus postulados están el establecimiento de un mínimo de votación en elecciones de los partidos nuevos para su registro y la cláusula de gobernabilidad, la cual es un “mecanismo que aseguraba la mayoría al PRI en la Cámara de Diputados aun sin el 50 % o más de la votación, y le aseguró al partido oficial el control de la organización electoral” (Labastida, 2015, p. 133).

Los intentos del partido hegemónico por mantener la estabilidad y legitimidad se vieron progresivamente truncados. La crisis económica de fines de los setenta, la intención de reformas neoliberales de principios de los ochenta, la liberalización controlada de esta misma década. Por otro lado, la conformación de oposiciones que siempre hubo en el partido son algunos de los elementos que marcan la crisis en la que estaba sumido el partido.

A esto se le agregan las rupturas (facciones que seguían proyectando el discurso revolucionario frente al neoliberal) al interior del PRI trae como punto final las elecciones fraudulentas de 1988 (Barrón, 2006). Para Rodríguez Araujo (2009) la ruptura del PRI en su interior representaba la disputa de dos proyectos de nación; uno representaba al “viejo régimen”, con herencia revolucionaria e interventor en la economía nacional, mientras el otro

pugnaba por la reducción del Estado y reformas estructurales. Por tal motivo, los aliados del PRI neoliberal (condensados en el PAN) comenzarían a pactar acuerdos.

Si bien las elecciones son de las más polémicas en la historia de México, a partir de 1988 se abre la puerta a la transición. Después de las elecciones, el presidente electo Salinas de Gortari tuvo que enfrentar a sus opositores, los cuales se mantuvieron al margen de los lineamientos institucionales, por lo que la liberalización política comenzaba a tener como consecuencia la transición democrática, la cual va estableciendo las reglas del juego propias del régimen. En la última década del siglo xx, por lo tanto, se van asentando las principales bases procedimentales de la democracia mexicana que compenetrarían las definidas con las reformas políticas antes descritas.

El gobierno de Salinas, por lo tanto, impulsó reformas en materia de seguridad social y en procedimientos electorales con el fin de recuperar la legitimidad perdida en la contienda electoral. La reforma de 1989 se toma como la primera respuesta a la crisis política que vivía México (Becerra Chávez, 2014). Además, se toma como indicador de negociaciones que llevaron a cabo el PRI y el PAN, es decir, fueron reformas bilaterales defensivas en las que ambos partidos consensuaron para que el gobierno siguiera controlando los órganos electorales, pero con su desapego progresivo con la creación a futuro de órganos autónomos.

Como resultado, el PAN en 1989 consiguió ganar su primera gubernatura en el estado de Baja California. Por lo que los acuerdos entre el PAN y el PRI se fortalecieron en oposición al PRD (partido que derivó del Frente Democrático), ya que impugnó los resultados de las gubernaturas de Tabasco y Michoacán. La relación de los primeros se explica porque después de las elecciones de 1988, el PRI no contaba con la mayoría necesaria para llevar a cabo la aprobación de políticas y reformas y su relación con el PAN cooperó para dichos acuerdos. Sin embargo, la creación de organismos que garantizarían los procedimientos electorales trae como resultado el inicio de la transición democrática (Labastida, 2015).

Vinculado a esto, en 1993 se realizaba una nueva reforma. Esto con la legitimidad en el presidente recuperada (por el despliegue de programas sociales como Solidaridad) y en medio de conflictos poselectorales por las gubernaturas de San Luis Potosí y Guanajuato. Por otro lado, la prensa internacional comenzaría a etiquetar la democracia mexicana como democracia selectiva, es decir, aplicada en algunos sectores y en otros ignorando los procedimientos.

Con dichas modificaciones, las elecciones de 1994 se acercaban como pacíficas y sin problemas, sin embargo, algunos sucesos marcaron lo contrario. Éstos fueron el levantamiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), el asesinato del candidato Luis Donald Colosio y la presión internacional al régimen político mexicano. Esto trajo consigo que para 1994 se reformara en materia de procedimientos electorales y se le otorgara la categoría de órgano autónomo al Instituto Federal Electoral (IFE), además de contar con el PRD en la negociación, por lo que se puede considerar que ésta reafirma a las tres principales fuerzas partidarias en México.

Así, las elecciones de 1994 contaron con la mayor participación en la historia de México hasta el momento y se consideran como las primeras elecciones que se llevaron a cabo con la votación real de los ciudadanos. Sin embargo, el presidente Zedillo se encontró, en primer lugar, con una profunda crisis económica y, en segundo lugar, con la no resolución del conflicto zapatista. Para esto en 1996, tras una serie de negociaciones de consenso y conflicto entre las tres principales fuerzas partidarias, se lleva a cabo una última reforma en este proceso de transición y de la cual se pueden resaltar los siguientes aspectos:

- a) Cambios en los organismos electorales. Se concluyó finalmente el retiro de la representación del Poder Ejecutivo en el Consejo General del IFE ...
- b) Regulación de los partidos políticos. Desapareció el registro condicionado de los partidos políticos, con lo cual se cerró una puerta para la renovación permanente del sistema de partidos ...
- c) Condiciones de la competencia. En materia de

financiamiento de los partidos, se introdujo el precepto de que los recursos públicos prevalezcan sobre los de origen privado [y] d) Justicia electoral. A partir de entonces, el nuevo TEPJF es ya la máxima autoridad jurisdiccional en materia electoral, tanto en el ámbito federal ... como en el local (Becerra Chávez, 2014, p. 118).

Bajo estos preceptos, las elecciones de 1997 se celebraron y por primera vez en la historia de México el PRI perdería la mayoría en el Congreso, además de la victoria por la Jefatura de Gobierno en el Distrito Federal del PRD y seis gubernaturas del PAN. Por lo tanto, la estructura del sistema de partidos en México se conformaba por tres partidos grandes, los cuales contaban con el apoyo necesario para lograr mayorías. Pero esto no se pudo haber conseguido sin la instalación de garantías procedimentales para decidir quién puede acceder al poder, cómo se accede al poder y cómo se ejerce el poder.

2.1.2. ¿Transición fallida o en curso? México en el siglo XXI

En el año 2000, con la ruptura del PRI y con el apoyo mutuo de la oposición, el PAN gana las elecciones a nivel federal. Por lo que, por un lado, algunos consideran que la alternancia de 2000 es el inicio de la transición a la democracia.¹ Aun así, por el otro, se encuentran otros que definen la transición política como fallida, ya que, a pesar del establecimiento de reglas electorales para llegar al poder, además de las garantías de una oposición partidaria, éstas no se reflejaban en la sociedad civil, la sociedad política, el respeto íntegro de la constitución y un estado que vele por los ciudadanos (Bizberg, 1999). Así, la transición en México puede verse como una transición en curso o fallida.

¹ Cabe señalar que alternancia política no significa transición democrática, ya que puede haber alternancia en regímenes autoritarios y estos mismos seguirán siendo de esta forma, por lo tanto, lo sucedido en el año 2000 se debe de tomar como una alternancia, además, dicha alternancia fue por los arreglos desde las élites partidarias de centroderecha (Córdova, 2009; Bolívar Meza, 2013).

Los que ven una transición fallida toman en cuenta las consecuencias que trajo dicha transición dentro de la vida política del país en los sexenios posteriores al año 2000. Para Bizberg (2015) la transición mexicana ha fallado, ya que los arreglos políticos informales siguieron en función, elemento que se pudo ver en el sexenio de Fox, el cual llevó a cabo acciones propias del régimen autoritario a pesar de su discurso de ruptura que lo catapultó a la violencia.² Mientras que el sexenio de Calderón emergió desde un desprestigio a las instituciones electorales por el posible fraude frente a Andrés Manuel López Obrador y, además, con su precipitada guerra contra el narcotráfico que involucró otro despunte en violencia a nivel nacional.

En esa misma sintonía, Vargas González (2019) expone que la transición democrática tiene cuentas pendientes, ya que comportamientos propios del autoritarismo siguieron en curso. Uno de los ejemplos que expone el autor son los referentes a la violencia en los periodos de elecciones, en los que las desapariciones, amenazas y asesinatos han sido frecuentes en el México del siglo XXI, por ello,

el gran pendiente de la consolidación política mexicana es sustituir los mecanismos de autocracia electoral y fortalecer un régimen político democrático donde las elecciones cuenten y permitan el real traspaso de poder en forma legal y pacífica, en condiciones de igualdad y libertad (Vargas González, 2019, p. 77).

Lo anterior puede ser una opción de análisis a la democracia mexicana, sin embargo, el presente trabajo se instala en una posición distinta. Es decir, más que delimitarla como una transición fallida, lo que se puede observar es una transición en curso. Ya que, si bien aún no se puede hablar de una consolidación democrática ni siquiera de una transición consolidada (Linz y Ste-

² Un ejemplo de este tipo de acciones fue la puesta en marcha de programas sociales con mediadores políticos para organizar electoralmente a los beneficiarios en forma de clientelas (Fox, 2009).

pan, 1996), México cuenta con el mínimo funcionamiento de las reglas procedimentales de un régimen democrático; es decir 1) varios actores políticos que llegan al poder, 2) elecciones celebradas periódicamente con voto universal y 3) un sistema de pesos y contrapesos (Munck, 1996).

Schedler (2004c), en sintonía con lo anterior, menciona que la democracia mexicana puede tener los requisitos mínimos para considerarla una democracia electoral. Para dicho autor, la democracia electoral cuenta con elecciones llevadas a cabo de manera limpia,³ sin embargo, su carencia se basa en el respeto óptimo del Estado de derecho, por lo que no se puede considerar una democracia plena. Para esto, Serra (2016) delimita que la democracia mexicana tiene elementos por mejorar, en específico en materia de medios de comunicación, coacción de grupos y compra de votos.

Teniendo en mente dicha delimitación, se puede decir que el primer requisito del régimen político democrático se encuentra en la estructura del sistema partidario, aunque los requisitos segundo y tercero difieren del tipo ideal. Como señala Reyes del Campillo (2018), la apertura del régimen político fue la puerta a la conformación real de un sistema partidario, ya que antes de esto los partidos políticos vivían en la clandestinidad o eran cooptados. Por lo tanto, a partir de las elecciones de 1988, la competencia fue emergiendo desde los partidos importantes (PRI, PAN y PRD) que rigieron los primeros quince años del nuevo milenio en México.

Para Córdova (2009), la transición mexicana necesita verse más allá de delimitaciones teóricas y propone que es, tal cual, un proyecto político. El autor delimita que el México de la primera década de los 2000 vivió un proceso de transición que puede verse en la pugna desde la izquierda contra la derecha por el poder y desde proyectos políticos distintos. Por lo tanto, las elecciones

³ Su caso contrario sería el autoritarismo electoral, el cual se basa en la simulación de elecciones y las decisiones desde una élite gobernante, es decir, el régimen político mexicano del siglo xx podría definirse como tal.

de 2006 sirvieron como incentivo para la movilización ciudadana que fue emergiendo y apoyando la aspiración obradorista, que se proyectó a tal nivel que el partido que se construyó por dicho movimiento en poco tiempo se convirtió en un partido grande en el sistema partidario.

En cuanto al segundo requisito, las críticas se lanzan hacia las elecciones manchadas en las dos contiendas posteriores a la alternancia (2006 y 2012). Para Rodríguez Araujo (2009) la alternancia no se debe de confundir con transición política, ya que la disputa por dos proyectos distintos (estatista frente al neoliberal) trajo consigo la yuxtaposición de ambos en un primer momento y la victoria del neoliberalismo. Aun así, este proyecto no fue suficiente para satisfacer las grandes expectativas que la ciudadanía fue forjando por la alternancia y las elecciones de 2006 fueron manchadas: en primer lugar, por la disputa entre Vicente Fox y Andrés Manuel López Obrador en torno al desafuero de este último y, en segundo lugar, por la sospecha de fraude electoral en las elecciones de 2006.

Para 2012 los problemas rondaron por la construcción de un candidato desde los medios de comunicación y el voto de castigo hacia el PAN por el sexenio que inició y terminó con adversidades. En cuanto al primer elemento, Delgado y Acosta (2015) señalan que la proyección del candidato Enrique Peña Nieto se fue realizando desde que el mandatario era gobernador del Estado de México con Televisa como su principal herramienta, por lo que es una forma de evidenciar el poder que tuvieron los medios en la construcción de un presidente. Por otro lado, las elecciones de 2012 estuvieron señaladas por la compra de votos (Serra, 2016; Vommaro y Combes, 2015), ya que hubo denuncias de repartición de tarjetas de un supermercado en zonas vulnerables el día de las elecciones y a pesar de que no se comprobó dicho acto, el regreso del PRI al poder estuvo lleno de deslegitimación y el movimiento *Yosoy132*, según Bizberg (2015), evidenció tal insatisfacción.

En términos sustanciales la democracia mexicana quedó a deber en cuanto a sus expectativas, por lo que el apoyo a la de-

mocracia vivida (apoyo específico) ha ido cuesta abajo. Tal como lo señala Román Zozaya (2020), la democracia mexicana no ha llenado las expectativas que se tuvieron sobre ella en un inicio, por lo que distinta información cuantitativa señala que la evaluación de la democracia mexicana es baja, sin embargo, el apoyo a la democracia como forma de gobierno se ha mantenido a lo largo del tiempo (aunque también se ha debilitado) y, por lo tanto, la regresión a un régimen democrático y la caída de la democracia mexicana puede verse difícil.⁴

En cuanto al tercer aspecto, el fortalecimiento del Estado va de la mano con un mejor funcionamiento de las instituciones democráticas y, con ello, se incrementaría la satisfacción que los ciudadanos tienen con la democracia (Román Zozaya, 2020). A pesar de ello, señala el mismo autor, la personificación de la política sigue siendo un punto que puede debilitar la misma democracia, señalando a Andrés Manuel López Obrador como un personaje autoritario que se ha ido fortaleciendo, como presidente de la república, mediante acciones que sobrepasan los lineamientos constitucionales, por lo que el sistema de pesos y contrapesos puede verse manchado. Aun así, los controles horizontales de rendición de cuentas tratan de balancear dicho sistema de pesos y contrapesos, pero quedan cortos y, por lo tanto, ese tercer requisito del régimen democrático está igualmente pendiente (Monsiváis Carrillo, 2014).

En esta misma línea, se puede instalar el trabajo de Monsiváis Carrillo (2017) el cual hace alusión a la legitimidad ciudadana al régimen democrático. En su análisis, el autor argumenta que las expectativas ciudadanas no cumplidas se basan en la evaluación de la democracia vivida, por lo que el déficit democrático es aquella brecha entre la expectativa cumplida y la no cumplida. En el caso mexicano, sería la insatisfacción con el funcionamiento

⁴ Precisamente, el planteamiento de Lipset señala que un régimen democrático puede mantenerse con el apoyo difuso, es decir, con la legitimidad hacia la democracia como mejor forma de gobierno, esto a pesar de la evaluación negativa al funcionamiento de la democracia vivida.

de la democracia de la cual se tuvieron expectativas y que en la realidad no se cubrieron.

Resumiendo, la democracia mexicana puede considerarse aún en un proceso de transición. Desagregando al régimen político mexicano, las reglas procedimentales que se pueden encontrar presentes son la competencia partidaria de varios actores y los comicios, si bien han tenido duras críticas el acceso al poder se establece desde dicha modalidad. En cuanto al tercer requisito procedimental, la figura del presidente sigue siendo importante, por lo que el sistema de pesos y contrapesos, a pesar de existir en los controles de rendición de cuentas, continúa débil.

2.1.3. Clientelismo a nivel federal después de la alternancia (2000-2018)

Del año 2000 al 2018 se puede considerar que la estructura del sistema partidario se ha transformado como producto de las reformas del periodo de transición. Aun así, el clientelismo político se ha mantenido como herencia del régimen autoritario, pero con adaptación a las reglas propias del régimen democrático (González Tule, 2019). Para Ugalde (2010) la democracia en México tiene elementos clientelistas que llegan a impedir su plenitud, ya que considera que el Estado mexicano es rentista, capturado, impune, partidocrático y centralista, lo cual se puede reflejar en distintos ejemplos de los gobiernos de 2000 a 2018.

Para el periodo 2000-2006 el PAN quiso tomar distancia del discurso nacionalista y revolucionario del PRI. Sin embargo, comenzaron a entablar vínculos con las grandes confederaciones sindicales (antes corporativistas) de México. Para Zepeda Martínez y López de Lara (2013) el sindicalismo oficial tuvo un doble juego político meramente pragmático, debido a, por un lado, su relación con el PRI la cual perduró después de la alternancia, aunque, por otro, entablando relaciones instrumentales con el PAN, ya que con éstas se podría tener voz y voto en las decisiones gubernamentales en el ámbito de legislación laboral:

En este sentido, la posición de la CTM se vio fortalecida en su relación con el gobierno, ya que fue una relación directa, sin la mediación del PRI. Pero por otra parte, la participación de los líderes de la CTM en puestos de elección popular (diputados, senadores, presidentes municipales, gobernadores) se vio disminuida, ya que el acceso a estas posiciones se daba por medio del PRI (Zepeda Martínez, 2013, p. 7).

Desde un clientelismo burocrático, además, el gobierno electo llevó a cabo un paquete de protección social (Oportunidades) que se caracterizó por la atención de grupos vulnerables mediante subsidios sociales (Vommaro y Combes, 2015). Sin embargo, a dicho programa se le etiquetó de clientelar al estilo priista autoritario por su enfoque en determinadas zonas, siempre vulnerables, mediante la aplicación de incentivos selectivos con el fin de conseguir electores y con intermediarios que condicionaban su acceso (Fox y Haigh, 2009). Por lo tanto, el periodo de Fox se ha llegado a considerar como un gobierno fracasado, ya que más que romper esquemas autoritarios, éstos se instalaron y adaptaron al juego político posalternancia y en plena transición (Zepeda Martínez y López de Lara, 2013).⁵

Por otra parte, el proyecto de Felipe Calderón durante su mandato 2006-2012 fue apegado a un presidencialismo fuerte, con el fin de separarse de la visión de su antecesor, impulsando decisiones para legitimar su gobierno, como la guerra contra el narcotráfico, desde un inicio (Loeza, 2010). Un punto por considerar es que el año 2008 en los delitos electorales se incluyó al

⁵ Por parte del PRD, en este mismo periodo se ha señalado que Andrés Manuel López Obrador utilizó programas clientelares en el Distrito Federal. Uno de ellos fue el programa de ayuda a adultos mayores, el cual se proyectó como un subsidio a dicho grupo vulnerable. Sin embargo, su fin era la adhesión de electores y esto se encubría bajo rituales que impactan en la parte afectiva de los beneficiarios por lo que este clientelismo se puede definir tanto desde elementos tradicionales como modernos. Sin embargo, en su discurso Andrés Manuel López Obrador etiquetaba a la oposición como practicantes de clientelismo político y en las elecciones cerradas del año 2006 (en las que Calderón fue el ganador) el uso de la etiqueta de *acciones clientelares* fue de sus principales armas.

clientelismo político, esto después de los señalamientos de fraude en las elecciones de 2006 y la misma falta de legitimidad que el presidente entrante cargaba consigo (Lehoucq, 2007). Aun así, el gobierno calderonista fue señalado de la continuación de prácticas clientelares burocráticas en su gobierno.

Un primer ejemplo es la relación que entabló con los líderes del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE) en su periodo, algo que se puede delimitar como tratos clientelares tradicionales apegados al estilo corporativista. Así, en especial con Elba Esther Gordillo como gran mediadora, las relaciones se conjugaron en el apoyo electoral de 2006, aproximadamente 5 millones de votos según *Proceso* (2006), lo que se tendría que ver reflejado en reformas en el ámbito de la educación, aunque éstas se enfocaron a retribuir económica y políticamente a sus líderes (Ornelas, 2008). Esto trajo grandes críticas al gobierno calderonista, ya que esas relaciones eran contrarias a la postura ideológica del partido por el uso de medios considerados autoritarios y priistas (Ornelas, 2012).

Como segundo ejemplo se encuentra el estudio de González Hernández y González Hernández (2011), quienes analizan el programa federal 3 × 1 para Migrantes en Zacatecas. El programa se conformó desde los años 90, aunque su uso clientelar se vio reflejado en el gobierno de Calderón, ya que en éste se le otorgaron mayores recursos. El fin del programa es apoyar a las comunidades de familias con migrantes en Estados Unidos de América (EUA) con obras públicas, sin embargo, su fin clientelar es implícito y difuso, ya que en dicho periodo fue una base de apoyo político para el gobierno federal y una forma de ver materializadas las demandas de las comunidades. Por lo tanto, el autor marca que el club goza de autonomía política, pero el uso clientelar del programa satisface las necesidades de ambas partes en la relación clientelar.

Las elecciones de 2012 estuvieron permeadas por la gran inseguridad nacional y por el regreso del PRI a la contienda electoral, aunque se puede decir que más que elección de Enrique Peña Nie-

to, fue castigo para el PAN y los 12 años que no se respetó el Estado de derecho. Las prácticas del partido para llegar al triunfo fueron apegadas a su historia y uno de los escándalos de clientelismo político más documentados fue el de las elecciones del año 2012 (Serra, 2016). Esto se dio el mismo día de las elecciones, en las que los mediadores priistas, en busca de votos, repartieron tarjetas de supermercado en sus círculos internos y externos y, si bien el partido se defendió argumentando que esto sólo fue un incentivo a sus trabajadores partidarios, la opinión pública establece que es una de las formas en que el partido compró votos en dichos comicios (Ackerman, 2020).

En cuanto a su periodo presidencial, el gobierno de Peña Nieto estuvo marcado por grandes críticas de relaciones clientelares. Para Guerrero (2013) el presidente se apoyó de las grandes clientelas de gobierno locales priistas para asegurar apoyo político, esto a cambio de un gran margen de acción para los gobernadores, quienes ejercen un dominio pleno en su territorio al estilo semifeudal (Paxman, 2018). Con acciones como las antes mencionadas el gobierno de Peña Nieto fue cuesta abajo en legitimación ciudadana y credibilidad, factor importante para que en las elecciones de 2018 su candidato fuera externo al PRI, lo que conllevó caer hasta la tercera posición en dichos comicios (Somuano Ventura, 2020).

Finalmente, el gobierno de Andrés Manuel López Obrador ha tenido al clientelismo político como una herramienta de disputa. Por un lado, se ha considerado clientelar el uso de programas a grupos específicos, como los adultos mayores o los jóvenes, lo que refuerza el apoyo a los grupos más necesitados y, a su vez, los vínculos instrumentales clientelares desde una perspectiva fina (Martínez Espinoza, 2021). Por otro lado, el clientelismo ha sido una herramienta discursiva de disputa, ya que el presidente con un discurso de la corrupción muy marcado (Gupta, 2015) se encarga de etiquetar a su oposición llamándolos clientelares y expresando una imagen de Estado que llega a diferir de su práctica al momento de esbozar en sus políticas sociales (Ramos López, 2021).

Recapitulando, la democracia mexicana se puede considerar como una democracia electoral (Schedler, 2004c; Serra, 2016). Esta cuenta con los requerimientos procedimentales mínimos para llevar a cabo elecciones relativamente limpias, sin embargo, no se ha establecido un Estado de derecho que vele por la seguridad de los ciudadanos, tampoco una sociedad civil autónoma y se tiene una sociedad política apenas emergente. De hecho, el mismo apoyo a la democracia se ha reducido en la opinión de los mexicanos, por lo que las instituciones poliárquicas siguen en proceso de consolidación, para ser más exactos, se encuentra aún en busca de una transición completa.

Se puede decir que el clientelismo político se ha adaptado a la democracia que, igualmente, se adaptó a sus transiciones. El fin analítico no es el de establecer una forma lineal de logros y derrotas de transiciones y consolidaciones democráticas, más bien se trata de poner sobre la mesa la democracia y su forma que México ha construido a partir de los procesos de liberación y la primera transición. Sin embargo, se puede contar con otros indicadores, como las estructuras políticas a nivel local, los cuales se adhieren a los momentos de liberalización y transición que se trataron.

Además, el clientelismo político es un indicador de dicha transición, ya que se ha estructurado de una forma distinta al del régimen hegemónico. Ya no se cuenta con estructuras corporativistas estatales ni con cacicazgos tradicionales, lo que se puede localizar son políticas programáticas y electorales enfocadas en grupos vulnerables o como promesas ilusorias. Esto más que un rezago patológico del autoritarismo mexicano se necesita tomar como una de las formas con las que México instala a sus actores en el juego político. La pregunta es ¿qué repercusiones tiene el clientelismo en una democracia como la mexicana? La respuesta puede darse a una escala menor; por ello, a continuación, se revisará el caso de Cuautitlán, Estado de México.

2.2. Un acercamiento numérico al municipio de Cuautitlán México

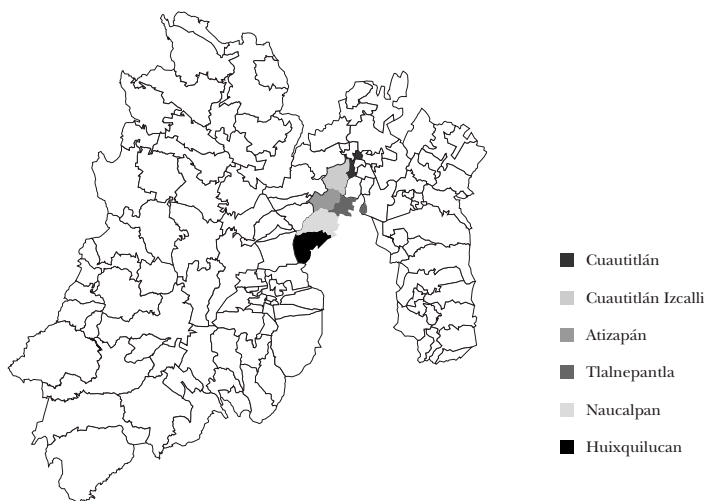
Antes de pasar a la parte política de Cuautitlán, y el trasfondo de la democracia mexicana, se procederá a presentar indicadores demográficos, económicos, educativos y de salud. Éstos servirán como herramienta de contextualización del municipio con el fin de categorizar a su población. Los distintos indicadores se contrastarán con sus homónimos a nivel estatal y, en algunos casos, con los municipios del llamado Corredor Azul.

2.2.1. *La estructura demográfica de Cuautitlán*

El municipio se encuentra en la zona conurbada del Estado de México. Su superficie abarca 0.12 % de la entidad y se conforma por 26.52 kilómetros cuadrados. Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) (2009), “colinda al norte con los municipios de Cuautitlán Izcalli, Teoloyucan y Melchor Ocampo; al este con los municipios de Melchor Ocampo y Tultepec; al sur con los municipios de Tultepec, Tultitlán y Cuautitlán Izcalli; al oeste con el municipio de Cuautitlán Izcalli” (p. 2).

Como se muestra en la figura 1, Cuautitlán puede tomarse como referencia territorial para la designación del llamado Corredor Azul. Éste hace alusión al conjunto de municipios mexiquenses que a finales de los años 90 y principios del nuevo milenio tuvieron alternancias políticas, las cuales se caracterizaron por ser comandadas por el PAN (Cedillo Delgado, 2017).

Figura 1. Municipios del Corredor Azul



La población total del municipio la conforman 178 874 habitantes, de los cuales 51 % son mujeres y 49 % son hombres. Asimismo, su densidad poblacional es de 4376.8 habitantes por kilómetro cuadrado, quedando lejos de los municipios del Estado de México más poblados (véase anexo sociodemográfico). La edad mediana es de 31 años y se coloca en la posición 9 de los municipios de la entidad con mayor mediana de edad, la cual en la última década aumentó 4 años en su índice. Además, de su población solamente 4 % pertenece al grupo de 65 años y más.

Cabe señalar que la población total de la zona ha aumentado 120 % a partir de 1995, esto debido a la migración de otras entidades hacia el Estado de México y, en específico, la zona conurbada; en particular Cuautitlán México ha tenido impulsos gubernamentales en su desarrollo industrial⁶ (Mendoza, Ortega

⁶ No se debe pasar por alto que un elemento importante a considerar es la distinción entre Cuautitlán y Cuautitlán Izcalli, ya que del primero derivó el segundo como parte de decisiones de política industrial comandadas por Luis Echeverría y Carlos Hank González en el año 1971. Esta reestructuración geográfica y administrativa trajo como resultado que el proyecto de industrialización del municipio se detuviera y se concentrara en la demarcación política naciente. Dicho evento será esbozado desde una perspectiva política en el apartado tercero.

y Cadena, 2012). Para 2020, el municipio se coloca en la posición 9 de los que reciben más migrantes de otras entidades con un 12 % de su población y la principal causa es la familiar con 51.5 %, seguido por otras causas con 26.2 % y el trabajo en el municipio con 15 % (anexo sociodemográfico).

En cuanto al perfil educativo de la población, el municipio ostenta porcentajes superiores, frente a los estadísticos de la entidad, en algunos sectores. Así, en comparación con el nivel estatal, Cuautitlán tiene menor porcentaje de pobladores (de quince años y más) sin escolaridad (1.8 %) y con educación básica (35.1 %) con una diferencia de 2 % y de 13 % respectivamente (anexo sociodemográfico). Hablando específicamente de los niveles medio superior y superior, el municipio se coloca entre los diez primeros a nivel estatal en ambos sectores. En el nivel superior (anexo sociodemográfico) se coloca en la octava posición, con 29.6 %, de los municipios con mayor porcentaje de población con este nivel educativo, estando muy cercano a la mayoría de ellos, que giran alrededor de 30 %, con excepción de Metepec (42 %). De igual forma, no está de más señalar que cinco de los seis municipios del Corredor Azul (incluyendo Cuautitlán) se colocan a la cabeza del indicador.

En cuanto al nivel medio superior, el municipio se coloca en la quinta posición con 32.2 % de los pobladores con dicho grado (anexo sociodemográfico), porcentaje muy cercano a los municipios de Tecámac con 34.7 %, Chicoloapan con 34 %, Huehuetoca con 33.3 % y Coacalco con 33.3 % que ocupan las posiciones más altas. Además, Cuautitlán es el único municipio del Corredor Azul que está presente en dicha lista. De esa forma, 59.1 % de las personas de 15 años o más cuentan con educación superior o media superior.

Así, el municipio se coloca demográficamente como un municipio con superficie pequeña y con una densidad de población en término medio frente a los extremos estadísticos. Su población se puede considerar igualmente en la media, esto a pesar de colocarse entre los diez primeros, ya que su mediana es cercana a

la mediana nacional (29 años) y la propia del Estado de México (30 años). También su población ha ido en aumento debido a la migración, estando igualmente entre los municipios de la entidad con mayor porcentaje de migrantes en 2020 en comparación con 2015. Por último, se puede considerar un municipio con altos niveles educativos.

Esta serie de indicadores se podrían vincular como referentes de presencia de clientelismo político. En primer lugar, Cuautitlán es parte del valle de México (IEEM, 2020), cercano a la capital del país y con municipios con características demográficas y políticas (Corredor Azul) semejantes. En este sentido, el clientelismo podría aparecer como herramienta desde el Estado para acercarse a la ciudadanía y, con ello, resolver mutuamente sus necesidades.

En segundo lugar, el clientelismo se podría ligar con la concepción de las arenas no electorales de participación política. Siguiendo a Cleary (2003), la variable educacional es parte importante al momento de evaluación a los representantes para castigarlos o incentivarlos (mediante formas convencionales y no convencionales de participación). El caso de Cuautitlán, en un primer momento, se ve como un municipio educado, por lo que se esperaría que dicha formación repercutiese en la evaluación política de los gobernantes; esto no quiere decir que el clientelismo político se elimine, más bien serviría como insumo de evaluación en la rendición de cuentas, elementos a contrastar en la parte de trabajo de campo.

2.2.2. Los hogares de Cuautitlán y sus servicios

Según el Inegi (2020) Cuautitlán se coloca como uno de los municipios con menos ocupantes en viviendas particulares habitadas. Éste cuenta con 3.4 habitantes por vivienda, solamente superado por Tecámac, Tlalnepantla de Baz y Coacalco con 3.3 y lejos del extremo inverso con 4.6 ocupantes de San Juan del Rincón (anexo sociodemográfico). Asimismo, de 1995 a 2020, los ocupantes

por vivienda en el municipio se han ido reduciendo hasta llegar al índice actual (anexo sociodemográfico).

De las viviendas de Cuautitlán, la disponibilidad de servicios y equipamiento de éstas se encuentra en un porcentaje alto. En cuanto a drenaje, servicio sanitario y energía eléctrica, el municipio se coloca con prácticamente 100 % en todos los rubros y sus porcentajes son semejantes a los del Estado de México. Por el lado del agua entubada, Cuautitlán, con 95.8 %, supera el porcentaje del Estado de México por 20 % y se coloca entre los municipios con mayor porcentaje de viviendas con dicho servicio. En adición, con porcentajes relativamente menores, pero mayormente superiores al Estado de México en general, las viviendas cuentan con 93 % de tinacos y 92 % de cisternas (anexo sociodemográfico).

En cuanto a la disponibilidad de bienes, Cuautitlán tiene porcentajes más altos en comparación con el Estado de México en general. Los de disponibilidad de bienes del hogar como refrigerador, lavadora y automóvil en Cuautitlán (con 95.7, 86.7 y 52.1 %, respectivamente) son superiores a los de la entidad en general (85.8, 72.5 y 42.6 %, respectivamente). Y en relación con motocicleta y bicicleta, Cuautitlán iguala y sobrepasa por 5 % al Estado de México, aunque los porcentajes de ambos se pueden considerar bajos (anexo sociodemográfico).

En cuanto a los bienes relacionados con las tecnologías de la información (anexo sociodemográfico) el municipio cuenta con porcentajes altos en determinados bienes. De estos, la disponibilidad de teléfono celular es la más alta con 94.4 %, seguido por el internet con 72.8 %, el teléfono fijo con 60.3 %, la computadora con 57.1 % y la televisión de paga con 40 %. Además, cada uno de estos bienes sobrepasa el porcentaje a nivel estatal, siendo el caso del porcentaje de disponibilidad de computadora la diferencia más alta entre Cuautitlán y la entidad mexicana con prácticamente 17 %. En suma, en materia de servicios y bienes, el municipio ostenta porcentajes altos.

Tomando como referencia una definición inicial de clientelismo político (intercambio de bienes y servicios por apoyo políti-

co) el municipio ostenta altos niveles de servicios básicos. Lo que se puede suponer es que las relaciones clientelares impactan a los porcentajes mínimos que pueden tener escasez de bienes y servicios o, en su caso, el intercambio tiene otro tipo de insumos para ofertar o demandar. Para esto, el trabajo de campo, mediante la aplicación de entrevistas servirá como fuente de contraste en dichos datos. Aun así, se necesita fortalecer el escenario contextual con indicadores que presenten la desigualdad del municipio, tal cual se muestra a continuación.

2.2.3. Economía y desigualdad en Cuautitlán

Como indicadores finales se presenta un acercamiento a la economía y desigualdad de Cuautitlán. Pasando a la población económicamente activa (de 12 años y más), en Cuautitlán es de 64.6 %, lo cual lo coloca por encima de 62.2 % a nivel estatal. De dicho porcentaje, 56.9 % de los habitantes económicamente activos son hombres y 43.1 % son mujeres, superando por 2% a los porcentajes a nivel estatal. Para 2019, 24.12% de la población económicamente activa del municipio estaba instalada en el comercio al por menor, seguido por las industrias manufactureras con 23.73 % y apoyo a los negocios y manejo de residuos, y servicios de remediación con 20.29 %. Así, es un lugar con afluencia en el comercio y la industria, ya sea desde la manufactura o en el apoyo de servicios (anexo sociodemográfico).

Por otro lado, 35.2 % de los habitantes del municipio no son económicamente activos. De éstos, 43.3 % son estudiantes y 38.2 % son personas dedicadas al hogar, dejando con 8.6 % a las personas pensionadas (anexo sociodemográfico). Dado esto, la relación de dependencia⁷ en el municipio es la más baja de la entidad con

⁷ Este indicador se refiere a “el número de personas en edades dependientes (0-14 y 65 y más años) por cada cien en edad económicamente productiva (15-64 años)” (Inegi, 2020).

36.8%, es decir, dicho porcentaje representa a las personas económicamente no activas de 0 a 14 años y mayores de 65 años que dependen de las personas económicamente activas. Esto lo coloca como el municipio mejor posicionado en este último indicador, superando a los demás miembros del Corredor Azul entre 5 y 8% (anexo sociodemográfico).

En un tema relacionado con la actividad económica, 74.7% de los pobladores de Cuautitlán están afiliados al IMSS como servicio de salud, superando el porcentaje a nivel estatal (53.1%). En contraposición, sólo 11.1% se encuentra afiliado al Instituto de Salud para el Bienestar (Insabi) (antiguo seguro popular) frente a 30.6% a nivel estatal. Por lo tanto, esto refleja la adhesión al sector privado por parte de la economía del municipio, dejando al Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (Issste) con 10% en un muy lejano tercer lugar y a otros servicios con un porcentaje poco significativo (tal como se muestra en el anexo sociodemográfico).

Girando un tanto la temática, si bien el municipio de Cuautitlán se puede considerar con niveles bajos de marginación, lo cierto es que sus índices de desigualdad pueden significar focos para relaciones clientelares. Según el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval) (2020), 36% de la población de Cuautitlán se encuentra en situación de pobreza, 3.9% en pobreza extrema y 32.8% en pobreza moderada. Del Corredor Azul, el caso con mayores porcentajes de este tipo de indicadores es Huixquilucan y el menor es Atizapán, seguido de Tlalnepantla y después aparece Cuautitlán (anexo sociodemográfico).

En relación con lo anterior, las principales carencias de Cuautitlán se refieren a la seguridad social y a la alimentación. En cuanto a la primera, según Coneval (2020) se refiere al conjunto de mecanismos que aseguren al individuo medios para su subsistencia en caso de enfermedades, accidentes o vejez; en el caso de Cuautitlán, 42.5% de la población no cuenta con los insumos. En cuanto a la segunda, se refiere al consumo mínimo de calorías para no padecer hambre y el caso de Cuautitlán es el que mayores

porcentajes del indicador ostenta (con 18.4%) en comparación con los municipios del Corredor Azul (anexo sociodemográfico).

Finalmente, el ingreso de Cuautitlán tiene carencias que re fuerzan esto. De la población 47.2% cuenta con un ingreso mensual inferior a la línea de pobreza (3619 pesos) colocándose en el penúltimo lugar de los municipios del Corredor Azul en el ramo. Por otro lado, sólo 13% de la población del municipio cuenta con un ingreso mensual inferior a la línea de pobreza extrema (1713.89) colocándose como el municipio con menor porcentaje del indicador junto a Cuautitlán Izcalli (anexo sociodemográfico). A pesar de ello, los porcentajes en materia de ingreso colocan al municipio como desigual, ya que, aunque cuenta con bienes y servicios en porcentajes importantes y, además, ostenta niveles de educación altos, lo cierto es que en materia de carencias (seguridad social y alimentaria), así como en ingreso, Cuautitlán tiene precariedades.

En síntesis, Cuautitlán es un municipio con dos vertientes. En primer lugar, se coloca como uno de los municipios conurbados cercanos al centro del país, lo cual se refleja en sus altos índices de bienes y servicios, educativos y de vivienda. Por ende, esta primera perspectiva se podría considerar como no compatible con el clientelismo político desde su visión más abstracta (intercambio de bienes y servicios por apoyo político), aunque complejizando el tópico se podría generar la suposición de que el clientelismo político pueda estar insertado en municipios como Cuautitlán (y el Corredor Azul) y puede ser una herramienta para abastecer dichos bienes y servicios, vivienda y la educación de la zona, ya que coopera para evaluar a sus representantes.

La otra cara del municipio puede suponerse como más apegada al inicio de relaciones clientelares en su forma más tradicional. Las carencias, en específico de seguridad social y alimentarias, pueden ser un foco de atención clientelar desde su forma fina o densa, ya que políticas con este tipo de fines pueden ser enfocadas a dichos grupos vulnerables como medio de obtención de voto o, en su caso, mediante el reparto de insumos de primera

necesidad (despensas, alimentos, dinero, etcétera) desde un ámbito informal. Tanto un clientelismo como el otro se puede tomar como fuente de evaluación por parte de los clientes y así participar en un ambiente de competencia y legitimar a sus gobernantes o viceversa.

2.3. Partidos efectivos en Cuautitlán México (2004-2018)

La transición democrática en México sigue en camino de su consolidación, por lo que se pueden identificar elementos tanto del régimen autoritario como del democrático. Como se señaló, la política mexicana se desarrolló en un proceso de liberalización que se puede establecer a partir de los años sesenta. Esta liberalización fue un juego de conflicto y acuerdos entre el partido oficial y su oposición, lo cual deriva en la promulgación de una serie de reformas políticas que establecen una primera transición en México, lo que instituye un mínimo de democracia electoral.

A esto se le agrega que los partidos políticos en un sistema partidario, al menos bipartidista, pueden reflejar la competencia y participación en un régimen político (Munck, 1996). Sin embargo, como se mencionó en el capítulo anterior, no todos los partidos del sistema de partidos tendrán la misma trascendencia y peso en el momento de conseguir votos (Bartolini, 1996). El cálculo del número efectivo de partidos provee la visualización cuantitativa (la cual se complementa con un análisis cualitativo) de los partidos grandes en un sistema partidario, que pueden ganar elecciones, aunque con el apoyo de partidos medianos (Duverger, 1960).

El caso de Cuautitlán México se instala como ejemplo que evidencia las transformaciones graduales del régimen político mexicano. En el municipio se puede ver, en primer lugar, la política llevada por el régimen de partido hegemónico y, en segundo lugar, el proceso de liberalización y transición nacional que se marcó anteriormente. Para ello, es pertinente esbozar de forma

general la historia política de Cuautitlán a partir de su alternancia para culminar en el contexto político, económico y social actual. Cabe señalar que el caso de Cuautitlán no fue aislado y municipios conjuntos tuvieron historias de alternancia semejantes, ya que su desarrollo se da a la par de las fases de transición que se han descrito y, además, con casos similares alrededor del municipio, es decir, el caso del Corredor Azul.

2.3.1. Tripartidismo y doble alternancia

A partir del siglo XXI las alternancias se suscitaron a lo largo del país. En el Estado de México no se produjo a nivel estatal, pero a nivel local se pueden mencionar victorias por parte del PAN y del PRD. Enfocándose en el primero, Cuautitlán fue uno de los primeros municipios en tener alternancia (año 1991) y de ahí le seguirían varios a su alrededor, es decir, se formó el Corredor Azul. Lo característico de estos municipios es que el PAN llegó a gobernar desde finales de los 90 y principios de los 2000 y paulatinamente sería sustituido por el PRI, pero en el caso de Cuautitlán se instala al menos seis años antes y culminaría su gobierno panista igualmente antes que los municipios restantes.

En el estudio de Cedillo Delgado (2017) se evidencia que los partidos que obtuvieron su alternancia poco a poco fueron desdibujando sus triunfos territoriales. Por lo que, en 2015, el PRI había recuperado gran parte del Corredor Azul y el surgimiento de Morena repercutiría aún más en los intentos de recuperar poder territorial. Aun así, el autor menciona que un análisis territorial puede quedar corto al momento de tratar las alternancias de los municipios, por lo que estudios enfocados en clientelismo, corporativismo o manipulación al votante pueden generar vías de explicación complementarias y, al menos para él, el repunte del PRI en la zona fue producto de voto de castigo a las gestiones del PAN y el PRD en sus distintos municipios (Chávez, 1999).

En el caso de Cuautitlán, el tripartidismo (reflejado en el número efectivo de partidos)⁸ se fue conformando, pero el único partido que llegó al poder fue el PAN, aun así, el PRD fue competidor digno en elecciones de 2003 a 2015. En el año 2003 el PAN fue castigado en Cuautitlán, debido a que sus administraciones fueron tachadas de corruptas, en especial hacia el líder de la alternancia Santos Covarrubias⁹ al cual se le intentó encarcelar, y Gabriel Casillas Zanatta llegaba al poder.

En este periodo el PRI se encargó de etiquetar los asuntos de corrupción por los cuales el PAN fue deslegitimándose, entre los que se encuentran la investigación por una deuda de 70 millones de pesos en el mandato de Edelmira Gutiérrez (periodo 2000-2003) (Ramón y Chávez, 2003) y el ya mencionado intento de encarcelar a Santos Covarrubias (Barrera, 2002). Cabe señalar que el PAN expulsó a este último, lo que repercutió, en primer lugar, en el intento por renovar su plantilla y, en segundo lugar, la adhesión del político al PRD, con el cual compitió por las elecciones del ayuntamiento de 2006-2009.

Para el periodo 2006-2009, las elecciones fueron menos cerradas con un margen de victoria de 12.88 % del primer lugar frente al segundo, es decir, 41.42 % de votos para el PRI en la Alianza por México¹⁰ y 28.54 % para el PRD. Lo trascendental es que el PAN estuvo muy por debajo de sus contrincantes y el PRD, con Santos Covarrubias como su fichaje estelar, se colocó como el segun-

⁸ Cabe recordar que el cálculo de número efectivo de partidos se realizó a partir del Índice de Fragmentación Electoral, pero no se utilizó este último dato (en el cual su resultado es un número entre 0 y 1) porque el interés de esta parte del trabajo es identificar los posibles patrones políticos importantes inmersos en el sistema de partidos. El cálculo del número efectivo lanza un resultado de números enteros con decimales, en los cuales se reflejan los partidos importantes en el sistema estudiado.

⁹ Actor político que impulsó la alternancia en Cuautitlán México. Cabe señalar que desde los años setenta y ochenta el PAN luchó por llegar al poder, sin embargo, la fuerza del partido hegemónico instalada en el Estado de México (con el corporativismo como grupos de choque) impidió su arribo al ayuntamiento durante dichos periodos.

¹⁰ Se menciona al PRI como principal partido en dicha alianza, ya que el otro (Partido Verde Ecologista de México [PVEM]) no representa un partido importante y su función es de partido chico en la categorización de Duverger.

do partido dominante en el municipio (*La Silla Rota*, 2015). Aun así, fue etiquetado de clientelismo denso, ya que en su campaña política pactó con algunas tortillerías un descuento de dos pesos a quienes les fueran a comprar, esto mediante la expedición de una credencial que requería ciertos requisitos por parte de sus clientes (Chávez, 2006).

En materia gubernamental, la Presidencia a cargo de Miguel Ángel Becerril López se caracterizó por la descentralización de los programas asistenciales (Plan de Desarrollo Urbano Municipal Cuautitlán, 2006-2009), esto con el fin de impactar zonas periféricas en el municipio. También continuó con el acercamiento estratégico a la ciudadanía mediante programas comandados por el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), así como la creación de once clubes de la tercera edad y atención a la obesidad infantil. Finalmente, durante su mandato se construyeron obras públicas como Lecherías Liconsa, centros de acondicionamiento físico y, sin dejar de lado, la fundación del Tren Suburbano (Mendoza, Ortega y Cadena, 2012).

Para el periodo 2009-2012 el número efectivo de partidos se reduce (2.7 en el cálculo) y el margen de victoria crece. El ganador fue Francisco Javier Fernández Clamont, quien obtuvo con el PRI 54.25% de los votos frente a 24.20% del PAN. Dicho margen puede explicarse por la deslegitimidad frente al PAN a nivel nacional¹¹ y, además, por el seguimiento de políticas sociales del PRI (Plan de Desarrollo Urbano Municipal Cuautitlán, 2009-2012). El periodo de gobierno se caracterizó por un acercamiento con sus círculos internos, lo cual se veía reflejado en eventos por festividades como el Día de las Madres, el Día del Niño y actos públicos constantes en escuelas públicas del municipio, además de mantener una relación estable con grupos como el de tianguistas (Mendoza, Ortega y Cadena, 2012).

¹¹ Una de las causantes fue la guerra contra el narcotráfico.

En cuanto a su política social, este periodo se enfocó a fortalecer las acciones anteriores. Entre los programas sobresalen el apoyo a adultos mayores, un crecimiento en la repartición de despensas y la creación de grupos juveniles. Sin embargo, la oposición tachó al político por tomar el mandato como trampolín en su carrera política y aunque otros también hicieron lo mismo, el caso de Fernández Clamont se evidencia por pasar a ser diputado federal y después fue secretario de Salud del Estado de México.

Lo anterior repercutió en las elecciones para el periodo 2012-2015. Esto debido a que los votos obtenidos por el partido (ya en alianza con Movimiento Ciudadano y Nueva Alianza) representaron una reducción notable con 40.39 %, aunque fue suficiente para superar al PRD y su 27.73 %. Cabe señalar que en estas elecciones la figura del PRI a nivel federal fue primordial y, además, sería la última elección con el PRD antes de su fragmentación y la formación de Morena. La deslegitimación ciudadana reflejada en los comicios se fortaleció con los señalamientos del presidente municipal Gabriel Casillas (en su segundo mandato) por el adeudo a proveedores de camiones de carga para el sistema de basura, por lo que se impuso un embargo a la tesorería del municipio (Rivera, 2014). Sin embargo, entre sus logros se encuentra la construcción de clínicas materno-infantiles (Plan de Desarrollo Urbano Municipal Cuautitlán, 2012-2015), así como con la continuidad del programa de despensas, las cuales han sido un insumo de labor clientelar.

Finalmente, para el periodo 2015-2018 la ganadora fue Martha Elvia Fernández con 38.22 % (del PRI en alianza con PVEM y Nueva Alianza [NA]) frente a 29.16 % del PAN. Su mandato fue el último del PRI antes de abrir paso a una nueva alternancia con Morena en 2018. El trabajo en seguridad pública y políticas sociales como la continuidad de repartición de despensas fueron algunos de los aspectos que resaltan en su mandato (Plan de Desarrollo Urbano Municipal Cuautitlán, 2015-2018). Sin embargo, Fernández falleció en 2017 (Jiménez, 2017) y su hermana fue quien terminó el mandato.

Cuadro 1.

Número efectivo de partidos¹² en elecciones por presidente municipal, 2003-2018

2003	3.5
2006	3.4
2009	2.7
2012	3.2
2015	3.5
2018	3.6

Fuente: Construcción propia con base en IEEM (2002-2018).

En resumen, la historia reciente del municipio muestra las reconstrucciones y continuidades que el sistema de partidos ha experimentado en su morfología, tal como lo sintetiza el cuadro 1. Tres partidos importantes se mantuvieron en el periodo priista, los cuales terminarían haciendo alianza en 2021 por el crecimiento de Morena, el cual pasó de ser un partido nuevo y mediano en 2015 a un partido grande hacia las elecciones de 2018. Aun así, el análisis desde un enfoque morfológico nos brinda indicadores con los cuales se puede delimitar a los patrones (o en su caso mediadores) importantes en el sistema partidario, debido al uso estratégico del clientelismo político para su competencia política, tal como ha sucedido en el municipio a pesar de los procesos de transición democrática.

¹² El número se obtuvo al calcular en primer lugar la fragmentación electoral municipal con la fórmula $F = 1 - (\sum V^2)$, en la que "V" representa los votos obtenidos y posteriormente se calcula el número efectivo de partidos con la fórmula $1 / 1 - F$, la cual toma en cuenta el índice de fragmentación electoral y se obtiene un número entero con sus decimales, tal cual se muestran en la tabla 1 y en tablas posteriores que expongan el número efectivo de partidos.

2.3.2. Reacomodo de partidos efectivos a partir de 2018

Las elecciones de 2018 marcan una reestructuración morfológica en el sistema de partidos y en el mismo proceso de transición democrática. Sin embargo, dicho suceso se cruza con una serie de elementos que se pueden ver reflejados a nivel local, tales como el surgimiento y colocación de Morena como partido dominante, el debilitamiento estructural de los tres partidos importantes en contextos anteriores y la respuesta en forma de participación y rendición de cuentas de la ciudadanía. A continuación, y para finalizar el presente capítulo, se hará un recuento breve de la alternancia y reconfiguración política del año 2018 en Cuautitlán, además de un repaso a las acciones de Morena en el periodo 2018-2021 que no fueron suficientes para mantenerse en el poder.

La llamada 4T se instaló en el país con las elecciones de 2018 (Borovkov, 2018). Entre algunas razones podemos mencionar, en primer lugar, la figura de Andrés Manuel López Obrador como líder carismático, proveedor de un discurso de representación por mandato y con la construcción de legitimidad política de los electores en función de ver reflejada una lucha de sus propios intereses. En segundo lugar, el debilitamiento en cuanto a legitimidad y fragmentaciones al interior del PRI, PAN y PRD, lo que derivó en, incluso, alianzas poco esperadas en años anteriores, tal como la del PAN con el PRD. Finalmente, Morena se puede considerar como un partido, y un gobierno al instalarse, que involucra en su agenda lugares para intereses diversos y variados, es decir, un partido atrapa todo.

A nivel local, en 2018 Morena (en coalición con el Partido del Trabajo [PT] y Encuentro Social [PES]) ganó 48 ayuntamientos, seguidos por la coalición PAN y PRD con 28 y el PRI con 23 (IEEM, 2012-2018). Dicha reestructuración igualmente se vio a nivel federal, ya que la alianza Juntos Haremos Historia arrasó con su victoria a nivel legislativo. En la Cámara de Diputados 308 escaños fueron para dicha alianza (191 curules para Morena, 61 para el PT y 56 para el PES), lo que representó 61.6 % de representación, mientras que en

la Cámara de Senadores ocuparon 53.9% con 69 curules (55 para Morena, 8 del PES y 6 del PT). Finalmente, a nivel federal Andrés Manuel López Obrador obtuvo 53.19% de votos frente a su contendiente más cercano, Ricardo Anaya, con 22.27% de votos.

El cálculo de número efectivo de partidos a nivel legislativo, que se obtiene con la fragmentación electoral, lanza como resultado 4.7 partidos importantes en la Cámara de Diputados y 4.1 en la Cámara de Senadores. De éstos, Morena es el partido dominante con sus 191 escaños y lo acompañan otros tres partidos que se podrían considerar importantes, aunque con fuerza legislativa menor. Finalmente, a nivel federal, el número efectivo de partidos es de 3.06, de los cuales Morena es quien cuenta con un poder electoral más fuerte y le siguen, muy de lejos, el PRI y el PAN.

La victoria de Morena se puede ver, por un lado, como un gran paso a una transición completa del régimen político mexicano. Es el primer partido de izquierda que llega al poder, las elecciones del año 2018 tuvieron un gran porcentaje de participación en la historia del país y el partido es un vehículo de demandas políticas con un paquete de políticas sociales como herramienta para velar por los intereses de sus representados. Sin embargo, podemos encontrar análisis opuestos, estos autores plantean que la elección de 2018 representa una crisis del sistema partidario y la victoria de Morena es vista más como un castigo que como la creencia en su proyecto social y, enfocado en López Obrador como líder carismático, delimitan sus estrategias como populistas o clientelares (Greene y Simpson, 2020).

Desarrollando esto último, López Obrador es un actor político que ha sabido moverse entre las filas de distintos partidos gracias a su poder de adhesión de electores. Sin embargo, además de enfocarse en sus habilidades carismáticas, también ha tenido consigo redes instrumentales de políticas sociales a grupos vulnerables. El ejemplo, citado anteriormente, de los adultos de la tercera edad representa, por un lado, una forma de cubrir intereses, es decir, necesidades, de dicho grupo bajo un discurso de política social, aunque, por otro lado, su fin instrumental lo

encubre bajo ritualizaciones en eventos masivos que lanzan imágenes democráticas.¹³

El discurso planteado por López Obrador al iniciar su mandato engloba distintos intereses, ya que no se cierra a establecer negociaciones con grupos que, en un primer momento, se pueden considerar opuestos. Por otra parte, su discurso de la corrupción es enteramente utilizado como herramienta de oposición frente a sus contrincantes, etiquetando al clientelismo político como “compra de votos”, aunque en la práctica, sus políticas pueden considerarse clientelares, pero desde un sentido fino, debido a que pueden llegar a considerarse incluyentes, participativas y como instrumentos de rendición de cuentas hacia los representantes (Greene y Simpser, 2020).

Por lo tanto, la reestructuración del sistema partidario se puede ver, en primer lugar, como un paso firme en busca de una transición completa, ya que la sociedad política y civil se ha visto en procesos de maduración, lo cual se refleja en la participación de 2018. Sin embargo, también se puede leer como una forma específica en la que México ha ido estructurando su democracia en la que varios actores pueden llegar al poder mediante elecciones, pero con la personalización de política aún impregnada en el régimen político.

El clientelismo político se puede identificar en políticas que Morena instaló a grupos sociales vulnerables (tal como el PRD comandado por López Obrador en el periodo 2000-2006 en el Distrito Federal). Las preguntas son ¿cómo es percibido por los clientes el clientelismo llevado a cabo por Morena?; ¿el clientelismo político de Morena se diferencia del llevado a cabo por el PRI o el PAN en su momento?; y, la más trascendental, ¿cómo se ve afectada la participación, la competencia y la rendición de cuentas por el clientelismo (2018-2021)? Para la respuesta a estas preguntas, se necesita un referente micro, es decir, Cuautitlán México (muni-

¹³ El estudio de Domínguez (2019) muestra que las ritualizaciones en los actos públicos llegan a encubrir prácticas que se pueden considerar no democráticas.

pio en el que se puede ver reflejada la reestructuración constante del sistema de partidos) enfocado en los clientes. Sin embargo, antes de ello se necesita delimitar cómo impactó Morena en el municipio a partir de 2018.

2.3.3. Reestructuración de partidos efectivos en Cuautitlán México

El caso de Cuautitlán México se puede adherir a la gran ola morenista de 2018. Con el PRI deslegitimado a niveles tanto municipal como estatal, el municipio se encaminó a una nueva alternancia. Esto repercutió en el número efectivo de partidos en cuanto a los partidos importantes, ya que, si bien se mantuvo con tres partidos importantes, lo cierto es que Morena se posicionó en 2018 como el partido fuerte a vencer.

Cuadro 2.

Resultados electorales. Gobernador Estado de México 2017 (Cuautitlán)

PAN	5202	12.40 %
PRI	11 654	27.79 %
PRD	6394	15.25 %
PT	311	0.74 %
PVEM	464	1.11 %
NA	449	1.07 %
Morena	16 268	38.79 %
PES	145	0.35 %
Candidatura Independiente	1054	2.51 %
Número efectivo de partidos: 3.7		

Fuente: Construcción propia con base en datos del IEEM. Resultados de los Cómputos Distritales de la Elección de Gobernador 2017.

Como antecedentes, en suma, a los gobiernos del PRI que se describieron, la hegemonía priista a nivel estatal se vio trastocada en un primer momento por las elecciones estatales de 2017 (Paulier, 2017). Los resultados finales, como se señala en el cuadro 2, favorecieron al candidato del PRI, Alfredo del Mazo Maza (parte de la familia elitista del Estado de México), con 34.7% de votos frente a la candidata de Morena, Delfina Gómez, con 31.86%, es decir, el margen de victoria fue de sólo 2.84% de la votación. De hecho, ese mismo día de las elecciones, antes de los primeros prerresultados, Andrés Manuel López Obrador ya había felicitado a la candidata por su victoria, sin embargo, el resultado fue completamente contrario.

Dichas elecciones trajeron consigo resultados polémicos, y las prácticas clientelares fueron foco de atención. Una de las estrategias clientelares fue la llamada tarjeta rosa, la cual es un apoyo a mujeres mexiquenses, pero era condicionado debido a que los mediadores partidarios en campaña se dieron a la tarea de conseguir mujeres, a quienes les pedían su apoyo y les daban una tarjeta simbólica, la cual podrían cambiar al llegar Del Mazo al poder, es decir, un clientelismo meramente incierto. Otra crítica hacia el clientelismo en dichas elecciones fue la denuncia hacia el PRI de desplegar una gran maquinaria de compra voto en municipios más pobres (que en algunos ganó) (Cruz y Corona, 2017).

El caso de Cuautitlán se puede vincular con el primer ejemplo, ya que los mediadores clientelares ofertaron la tarjeta rosa a mujeres necesitadas. Sin embargo, tal como en otros municipios, el apoyo fue selectivo a pesar de que el PRI ganó y pasaron al menos dos años para que se viera reflejada la política pública. El segundo caso no puede aplicarse en el municipio por, en primer lugar, su muy bajo índice de marginación y, en segundo lugar, porque en dichas elecciones Morena ganó con un amplio margen de victoria en el conteo de votos municipal y la modificación en el número efectivo de partidos colocó desde aquel año a Morena como el partido con mayor poder electoral, seguido del PRI, y con el PAN y el PRD muy debilitados (Hernández, 2021).

Cuadro 3.

Resultados electorales del ayuntamiento de Cuautitlán, 2018

PAN/PRD/MC*	8248	14.91 %
PRI	14 418	26.06 %
PT/Morena/PES	23 555	42.57 %
PVEM	732	1.32 %
NA	4798	8.67 %
Candidatura Independiente	3576	6.46 %
Número efectivo de partidos 3.5		

* Movimiento Ciudadano

Fuente: Construcción propia con base en IEEM (2018b).

La tendencia morenista en el municipio siguió en el año 2018 (cuadro 3). El presidente municipal electo fue Ariel Juárez con 42.57 % de votos frente a 26.06 %, con un margen de victoria incluso mayor (16.51 %). Si se considera el número efectivo de partidos (3.5) Morena se coloca como el partido a vencer y le sigue el PRI. En el caso del PAN y el PRD está claro que perdieron su categorización de partidos grandes y se podrían considerar dos partidos medianos que en conjunto pueden conseguir más votos que en solitario.

Cuadro 4.
Resultados electorales federales Presidencia de la República, 2018
(sólo Cuautitlán)

PAN	8747	17.16 %
PRI	8873	17.41 %
PRD	555	1.09 %
PVEM	230	0.45 %
PT	1972	3.87 %
MC	315	0.62 %
NA	422	0.83 %
Morena	29 046	56.99 %
PES	803	1.58 %
Numero efectivo de partidos: 2.7		

Fuente: Construcción propia con base en datos de INE Sistema de Consulta de la Estadística de las Elecciones del Proceso Electoral 2017-2018.

Finalmente, a nivel federal el número efectivo de partidos fue incluso menor, ya que, tal cual, como los resultados a nivel nacional, Morena arrasó con el prácticamente 57 % de los votos. Además, el PRI y el PAN se quedaron muy lejos de ese porcentaje, motivo de la alianza entre estos dos y, con ello, tuvieron repercusión en los resultados electorales 2021. Aun así, el recuento de las estadísticas electorales y cálculo del número efectivo de partidos marcaron en Cuautitlán, así como a nivel nacional, la reestructuración morfológica del sistema partidario. Sin embargo, el clientelismo político siguió en curso, esta vez desde políticas asistenciales a nivel local que se asemejan a las aplicadas a nivel federal y estatal, es decir, el clientelismo político sigue siendo una fuente importante de competencia en el sistema de partidos.

2.3.4. *Morena, 2018-2021: políticas sociales vs. paquete de políticas programáticas electorales*

Para finalizar este capítulo, se hará un breve recuento del periodo de Ariel Juárez como presidente municipal de Cuautitlán (2018-2021). Su principal reto fue la coordinación entre el poder local gobernado por Morena y el poder estatal gobernado por el PRI, algo que no fue difícil, ya que ambos pudieron ser congruentes en cuanto a negociaciones (Acuerdan trabajo coordinado, 2019). Sin embargo, más allá del ámbito formal, el salario rosa siguió siendo una fuente de competencia importante en el ámbito clientelar, esto a pesar de que la entrega de tarjetas fue muy tardía y hasta septiembre de 2021 se le proporcionaron a la mayoría de las beneficiarias.

Las políticas sociales de Ariel Juárez se enfocaron en seguridad pública, paquetes presupuestarios para jóvenes y ayuda local para adultos mayores (Plan de Desarrollo Urbano Municipal Cuautitlán, 2018-2021). En cuanto a la primera, Cuautitlán es percibido por sus ciudadanos como un municipio inseguro y con corrupción en las filas de la policía. La ayuda presupuestaria para los jóvenes pretende, por su parte, apoyar a jóvenes en su desarrollo integral en cuanto a la educación, salud y participación, la cual se cruza con el apoyo de becas a jóvenes a nivel federal (véase Mextudia). Finalmente, la ayuda a los adultos mayores es la continuación, incluso, de políticas que habían instalado gobiernos anteriores, pero con la particularidad de estar impulsadas hacia la construcción en el municipio de un círculo interno, al igual que a nivel federal (véase Pensión universal).

En cuanto a relaciones con comerciantes, un punto a considerar en el municipio, el tianguis de Cuautitlán fue reubicado después de varios años (*Perfil Urbano*, 2019). De hecho, los grupos tianguistas se habían configurado como un círculo interno priista, por lo que las relaciones con el gobierno y los tianguistas siempre fue conflictiva, ya que éstos tenían que apoyar y ceder tanto a Morena (partido en el poder) como al PRI (partido del cual son círculos internos desde inicio del tercer milenio).

La oposición se dio a la tarea de mencionar que el gobierno de Morena estaba estructurado bajo un perfil clientelar mediante políticas con fines instrumentales. Dicho discurso se fue construyendo a lo largo del periodo 2018-2021 y sirvió como un elemento de disputa electoral hacia las elecciones intermedias. De hecho, las principales propuestas de la oposición fueron claramente semejantes al paquete de políticas municipal y federal que en Cuautitlán operan. Éstas se pueden resumir en apoyos a personas de la tercera edad, apoyo a jóvenes y el salario rosa a nivel local, el cual refuerza la política estatal como disputa electoral (Plataforma electoral Cuautitlán PRI, 2021).

Cabe señalar que el PRI, el PAN y el PRD en 2021 se unieron, ya que los dos últimos habían perdido capacidad electoral y al primero no le alcanzaba con alianzas clásicas con partidos satélites. Se puede decir que el PAN y el PRD para 2021 son partidos medianos que pueden hacer la diferencia en alianza con un partido grande y ése fue el caso de Cuautitlán México (así como a nivel nacional). Por lo tanto, las elecciones de 2021 fueron ganadas por dicha alianza, ya que sin ésta Morena sigue siendo el partido con mayor fuerza electoral.

Los resultados de las elecciones de 2021 muestran una competitividad muy cerrada entre la alianza PRI, PAN y PRD frente a Morena con PT y Nueva Alianza. Los primeros consiguieron la victoria con 35.99 % de los votos frente a 30.63 % de los segundos. Sin embargo, si se realiza un desglose más a profundidad, se puede ver que en solitario el PRI obtuvo 24.06 %, el PAN 10.06 % y el PRD 1.1 %; mientras que Morena en solitario obtuvo 27.2 %. Es decir, la acumulación de las alianzas para el PRI fue más beneficiosa (sobre todo por su alianza con el PAN y su poder mediano electoral) que Morena con partidos satélite.

Así, Cuautitlán sigue ostentando a Morena como una fuerza importante electoralmente hablando en el municipio junto con el PRI, ya que su votación fue muy pareja en las últimas elecciones. Al final de su mandato Ariel Juárez fue muy criticado por la corrupción e inseguridad y eso se puede ver reflejado en 10 % de

votos que Morena perdió en comparación de 2018, esto a pesar de la construcción de círculos internos con políticas municipales adscritas y semejantes a políticas federales. Las preguntas que surgen a partir de este esbozo son las que no alcanzan a cubrir fuentes secundarias como las que se retomaron para este capítulo y necesitarán plantearse a informantes de primer grado, es decir, pobladores de Cuautitlán México en el papel de clientes. Dichas cuestiones se resolverán en el siguiente capítulo.

2.4. Conclusión del capítulo

México vive un proceso de transición democrática, la cual ha ido estableciendo gradualmente sus reglas procedimentales. Un indicador de ello es el sistema partidario nutrido y su competencia en las elecciones. El clientelismo político se podría considerar un elemento que perturba el funcionamiento de los partidos políticos en la democracia, sin embargo, más que etiquetarlo desde juicios valorativos, se necesita describir y explicar su funcionamiento. Por ello, en el presente capítulo se pudo observar que la transición democrática en curso no excluye prácticas consideradas como autoritarias o tradicionales desde una visión lineal de la política.

Lo primero que se puede mencionar es que el caso de Cuautitlán puede ser un ejemplo a nivel micro de las reestructuraciones políticas de nivel macro. Por lo tanto, en el municipio se han ido tejiendo procesos de transición, acompañados, por un lado, de reestructuraciones a nivel partidario y de competencia política y, por otro, con los indicadores altos de bienes y servicios. Cabe señalar, como se hizo alusión en algunas partes, que el caso que se ha desarrollado no es aislado y forma parte de un conjunto de municipios mexiquenses con características semejantes.

En segundo lugar, lo observado instala al clientelismo político como una herramienta que sigue vigente en el quehacer político. En el caso de Cuautitlán, y con ese esbozo preliminar, las políticas gubernamentales pueden ser parte de prácticas clien-

telares finas, aunque también se tiene documentación de clientelismo denso. Lo que queda por hacer es buscar fuentes de primera mano que se vinculen con lo recopilado hasta el momento y, con ello, delimitar la morfología del clientelismo político y sus consecuencias con la democracia.

Por tal motivo, el punto de partida fue la contextualización estadística del municipio, con el fin de encontrar posibles focos de inicio de relaciones clientelares. Éstas, a su vez, se encuentran instaladas en un contexto político particular, es decir, una democracia en transición que cuenta con elementos (unos más débiles que otros) de un régimen de este tipo. Dicha información se contrastará con insumos empíricos cualitativos, a continuación.

**Capítulo 3. La estructura de las
relaciones clientelares en Cuautitlán
México (2018-2021)**

EL SISTEMA PARTIDARIO DE CUAUTITLÁN puede considerarse competitivo y con alternancia política. Por lo tanto, a primera vista se podría decir que la transición democrática en el municipio va transitando, debido a que los gobiernos han sido de colores distintos, el acceso a bienes y servicios es bueno, el nivel educativo es alto y las carencias son relativamente bajas. Aun así, si se pretende profundizar en la política, la principal alternativa es adentrándose en los universos subjetivos de los participantes y, con ello, estructurar sus vivencias con fines de comparación con los postulados teóricos propuestos del clientelismo político y la democracia.

El presente capítulo explorará la percepción de mediadores y de clientes del lugar en torno a este fenómeno. Por ello, el objetivo es conocer su morfología y función desde la percepción de participantes en relaciones clientelares, burocráticas y partidarias en Cuautitlán. Cabe señalar que las técnicas metodológicas utilizadas para el análisis son, por un lado, la entrevista semiestructurada aplicada a los partícipes en relaciones clientelares y, por otro, la observación directa realizada en la época electoral y en el mismo momento de la aplicación de las entrevistas (véase anexo metodológico). Con ello, se pretenden enlazar las percepciones de los participantes, pero sin dejar de lado la percepción del investigador (Harris, 2004).

Para esto, en primer lugar, se delimitará el tipo de acción social de las relaciones clientelares en el municipio con el uso de las

tipificaciones ideales expuestas en el capítulo primero. Después, el segundo apartado se enfocará en desarrollar el papel que juegan los círculos internos y externos en las relaciones clientelares, ya que éstos ostentan distintos tipos de actuar social con diferentes consecuencias en sus interacciones. En el tercer apartado, por su parte, se desarrollarán las reciprocidades débiles y la coerción como elementos que evidencian un clientelismo moderno con tintes tradicionales, es decir, una hibridación entre las tipologías ideales expuestas. Finalmente, en las conclusiones se hará una reflexión final vinculante hacia el capítulo cuarto.

3.1. Clientelismo político maximizador de ganancias en el accionar de sus participantes

Como se señaló en el capítulo 1, la acción social con arreglo a fines y la dominación por constelación de intereses son la base de la tipificación del clientelismo moderno. En Cuautitlán las relaciones clientelares, de las personas con las que se trabajaron las entrevistas, cuentan con un accionar principalmente instrumental; aunque igual se identifican con arreglo a valores, tradicionales y afectivas, pero en términos secundarios. Así, el clientelismo de Cuautitlán se estructura por acciones racionales con arreglo a fines y valores, ilusorias, recíprocamente débiles, aunque con tintes coercitivos que tratan de contrarrestar sus características principales.

3.1.1. Acción social con arreglo a fines en las relaciones clientelares

El clientelismo se basa en expectativas y reciprocidades, sin embargo, en su caracterización moderna estos elementos van cambiando. La tipificación ideal weberiana de acción social ayuda a definir el sentido mentado dirigido a terceros (en este caso a los participantes en la relación clientelar) (Schröter, 2010). Su contenido puede ser diverso dentro de la subjetividad de los in-

dividuos, arraigándose en un enfoque meramente instrumental, instrumental-valorativo, tradicional o afectivo; a su vez define distintos tipos de dominación, en los cuales la racional, tradicional y carismática (adheridas a las últimas tres tipificaciones mencionadas) se fundan en la creencia en la figura de autoridad, mientras que la dominación por constelación de intereses (adscrita a la primera tipificación de acción social) se funda únicamente en el uso de la dominación como un medio para un fin, esto sin creer en la figura de autoridad (Weber, 2004, 2011).

Aun así, también es necesario recordar el concepto de *cálculo moral*, ya que la maximización de ganancias existe, pero la evaluación hacia el mediador o patrón se forja mediante expectativas valorativas recaídas en ellos (Vommaro y Quirós, 2011). Así, la relación clientelar es un cúmulo de expectativas y su forma instrumental no excluye valores, solamente se presentan de otra forma; es decir, los valores pueden ser el insumo para el actuar o, sin ser excluyentes, como una forma de evaluación en la instrumentalidad.

Aprehendiendo lo anterior, la carga valorativa se presenta de dos maneras, las cuales pueden convivir, aunque una llegue a sobresalir. Por un lado, se puede ver como un vínculo valorativo entre los participantes, los cuales se conducen de tal forma porque sienten mandatos normativos desde terceros, es decir, los valores guían su sentido; por otro, pueden fungir como expectativas del otro, lo que trae como resultado (tal como se mencionó en el capítulo 1) construcciones subjetivas en las relaciones clientelares, las cuales podrán en juego, en el momento del inicio, la perduración y la conclusión de la relación clientelar. Lo primero se liga tal cual a la concepción clásica de acción social con arreglo a valores weberianos, mientras que la segunda se estará adscribiendo al cálculo moral igualmente referenciado (Weber, 2004; Vommaro y Quirós, 2011).

Lo anterior es para establecer las bases de la acción social inmersa en el clientelismo político de Cuautitlán. El inicio de la relación clientelar se basa en las necesidades de los participantes por insumos que sin el clientelismo sería difícil conseguir (Müller, 2012).

Como se señaló en el capítulo 2, el municipio cuenta con bienes y servicios en niveles estables, aunque con rezago en desigualdad salarial y algunas carencias (tales como la alimentaria), por lo que aquellas son el inicio de la relación clientelar: una forma de sobrevivir en la vida cotidiana, un medio para sacar adelante a sus familias, una relación instrumental para alcanzar un fin:

yo siempre he estado fuera de partidos políticos, yo tenía en mente de no meterme a ningún partido político, porque conozco esas funcionalidades, esta corruptela, todo esto ... Pero ya cuando llega el momento en que ya [las] ves muy negras y dices ... ya voy a ir al partido a ver si consigo un hueso (entrevista con Carol, 26-2-2022).

Los informantes señalaron que cuando comenzaron a involucrarse en relaciones clientelares dichos valores eran parte de su cálculo racional, lo que se adscribe a una acción social con arreglo a valores con vínculos valorativos. Es decir, estuvieron permeados por una racionalidad, pero guiada por valores como expectativas hacia la relación clientelar, por tal motivo los clientes sentían mandatos que “tenían que cumplir”. Aunque, de igual forma, se puede ver esa carga valorativa instrumental en forma de expectativas de sus mediadores, ya que, para poder seguir siendo tomados en cuenta, los clientes tienen que presentarse de determinada forma.

Como ejemplo se tiene el caso de Antonia, quien llegó al municipio en 2009 y por la necesidad de salvaguardar a su familia, se involucró en relaciones clientelares con el PRI (partido del gobierno en aquel entonces) que le brindaba bienes para su vida cotidiana. Ella relata que su fin era conseguir determinados insumos, pero en el intercambio estaba inmersa una línea de reciprocidad, lealtad y compromiso que tenía que reflejarla y presentarla a su mediadora para que pudiera seguir gozando de los apoyos:

en ese caso pues sí me sentía ... pues obligada ¿no? Para corresponderles al apoyo que me daba que era ayudarme a vender en el tianguis ... la señora líder del tianguis nos daba una despensa

cada 8 días, aunque fuera un poquito de verdura (entrevista con Antonia, 17-2-2022).

Aun así, dichos valores se fueron dañando, ya que en el intercambio se le pidió a la clienta que ofreciera lo que la gente necesitaba, aunque esto fuera incierto. Por ello, el accionar de dichos clientes pasó de ser un vínculo valorativo e incluso afectivo a, en su mayor parte, instrumental, aunque con una evaluación moral que perduró a través del tiempo. Otro ejemplo es el de Selma, quien también fue parte del PRI durante su gobierno, pero el no cumplimiento de sus expectativas generó que su accionar se inclinara de la misma forma que Antonia:

Un tiempo, trabajé para ellos de pedir papeles y esas cosas, pero la verdad, se daban los apoyos a quien quieren, entonces por eso mejor me salí, porque luego esta vecina se molestaba [y esta] fulanita [la mediadora] ya está con carro y trabajo y todo y mejor a ellas les dan los apoyos que a los que en verdad necesitan, entonces por eso mejor me salí y dije, yo ya no les ayudo a nada (entrevista con Selma, 21-2-2022).

Por su parte, los mediadores también accionan con el clientelismo político como un medio para un fin, ya que dichas relaciones, como se ha desarrollado, se fundan para obtener apoyo político, conseguir votos y, por lo tanto, escalar en su carrera política (González Tule, Guzmán y Tuirán, 2019). La disyuntiva aparece al momento en que los clientes ven inconcluso el trato por parte del mediador y éste comienza a perder autoridad en la relación clientelar. La estructura instrumental de los mediadores no es indiferente a los intereses de sus clientes, pero éstos terminan quedando marginados, tal como señaló uno de los mediadores entrevistados:

Los políticos actuales ven por sus intereses, por agarrar puestos en el ayuntamiento y presumirlos. Pero lo que hace a un político distinto es, claro, ve por tus intereses, pero el apoyo de la gente, pues, es lo que te los va a llevar a conseguir, eso que ellos quieren.

Yo no estoy en contra que ellos busquen una carrera, pero deben siempre tomar en cuenta a la gente, tal vez si tienes 5, pues dales al menos 1, no te lleves todo. El problema con el gobierno anterior [de Morena] es que se echaron todo para ellos (entrevista con Mario, 14-1-2022).

Lo anterior indica el sentido que le atribuyen los mediadores a su actuar político. Tal como señala Weber (2011), el político puede tomar su trabajo con el fin de vivir de la política o vivir para la política y en el caso de los mediadores, a los que hacen alusión los clientes, se adscriben a la primera. Aunque los mediadores entrevistados (los cuales son mediadores con jerarquía mayor) establecen un discurso que quiere transmitir su actuar político al vivir para la política y también de la política, tal cual menciona un mediador acerca de lo conseguido al ser parte de la coalición ganadora en 2021:

También te voy a decir la situación actual, en cuestión de trabajo... empleo se ha complicado, entonces, aparte de ver la cuestión ideológica como un primer elemento, me consta porque hasta esta vez que se hizo la coalición y se ganó es cuando vamos a tener la oportunidad de poder colocarnos en el trabajo ... Entonces primero los mueve la cuestión ideológica y ahorita ya los está moviendo en parte el hecho de que sí tenemos unos espacios en el municipio, [que] nos van a dar para ellos y ya algunos ya están incorporados (entrevista con Juan, 26-1-2022).

Por lo tanto, las relaciones clientelares en el periodo 2018-2021 estuvieron marcadas por un instrumentalismo en su accionar. Por un lado, los mediadores (tanto partidarios como burocráticos) ofrecieron bienes y servicios dentro de actividades cotidianas, de hecho, fue lo que los cuatro mediadores entrevistados señalaron como mecanismos para conseguir apoyo político. Aun así, el problema que se notó fue el uso instrumental de los bienes y servicios ofrecidos por los mediadores que mantienen un contacto más cercano con la comunidad.

Sin embargo, el problema fue el sobreponer el trabajo político del trabajo social (Vommaro y Quirós, 2011). Es decir, los mediadores utilizaron las redes clientelares partidarias, en primer lugar, como una forma de obtención de apoyo político, de forma selectiva, por lo que se dejó en segundo lugar el uso de dichas redes como una manera de cooperar en la ayuda a los sectores más necesitados. El resultado fue que sus clientes tomaron dicha estructura clientelar como insumo en su instrumentalidad moral, ya que la expectativa es que el trabajo social esté antes que el político o, en términos weberianos, que vivir para la política esté antes que vivir de la política.

El caso de Pedro (parte de la red de comerciantes de Cuautitlán) refleja el incumplimiento de las redes clientelares de Morena al culminar los tratos acordados. Si bien declaró que la organización es independiente de cualquier partido político, lo cierto es que las relaciones clientelares son clave para llevar a cabo sus actividades laborales cotidianas. Aun así, la principal insatisfacción expresada en su relato fue hacia los mediadores más cercanos a los comerciantes y no al gobierno de Morena tal cual, por lo que argumentó que dichos actores políticos son quienes retrasan o incumplen los tratos clientelares:

Yo como ciudadano pudiera comentar esta parte, todos volteamos a ver al candidato o al presidente municipal, pero tampoco podemos saber qué gente es la que tiene atrás de él, que es la que no nos hace llegar por la respuesta que nosotros esperamos (entrevista con Pedro, 20-2-2022).

Por su parte, en la misma línea temática, Miguel mencionó que los mediadores con los que trabajó durante las campañas de 2018 no cumplieron la parte de sus tratos. Cabe señalar que su posicionamiento no es el de privar a los mediadores de sus intereses, sino que éstos sean cumplidos junto con los de sus clientes. Por ello, el entrevistado expresó su insatisfacción con la relación clientelar y, como se trabajará más adelante, fue un punto importante de evaluación en las elecciones de 2021:

Al final de cuentas las personas con las que estuve fueron muy mal agradecidas con nosotros que los apoyamos. Pues siempre eran ellos antes que nosotros, ellos ven por lo que quieren y dejan de lado lo que nosotros que los apoyamos necesitábamos en ese momento. Está bien que saquen provecho de su posición y que traten de lograr sus cosas ¿no?, pero los que los apoyan quedamos esperando siempre lo que ellos nos prometen. No es sólo la cuestión de la despensa o la comida o el apoyo, es lo que prometen aparte de eso. Pero al final te quedas sin nada y tienes que buscarle por otro lado (entrevista con Miguel, 25-2-2022).

Así, una forma de evaluación negativa al gobierno de Morena en Cuautitlán se basó en la insatisfacción de los clientes hacia sus mediadores. Dado esto, lo que se refleja es la instrumentalidad del clientelismo en la intención de sus participantes al habitar en dichas relaciones. Por parte de los clientes es un medio para conseguir elementos que ayuden en su día a día, mientras que los mediadores lo utilizan como medio para conseguir una carrera política prolífica. Los valores dentro de la instrumentalidad se van deteriorando por el incumplimiento de las expectativas que generan y su accionar se convierte en una relación racional con arreglo a fines, aunque con las expectativas morales como parte del cálculo racional.

En cuanto a la dominación (tópico que igualmente se tratará en el capítulo 4), su estructura se basa en constelación de intereses, la cual es incierta. El cumplimiento del mandato no se realiza por la creencia en la figura de autoridad por su carisma, por su pasado o por los valores normativos que expresa, más bien la relación se funda en los intereses que buscan alcanzar tanto la autoridad como el dominado. Por lo tanto, si bien se cuenta con un cúmulo de expectativas, cada participante se encuentra en busca de alcanzar sus intereses, lo cual provoca que la relación clientelar se torne ilusoria, pero, en contraposición de lo que señalaría Schröter (2012), el clientelismo no se agota, más bien tiene consecuencias que definen a un clientelismo en particular.

La maximización de ganancias de la acción social racional con arreglo a fines es, por lo tanto, un aspecto a considerar a lo

largo de la definición del clientelismo político en el municipio. El accionar se basa principalmente en dicho insumo, aunque no se debe de dejar de lado que tanto clientes como mediadores también comparten tendencias, las cuales se basan en valores que se espera que el otro cumpla, a pesar de la no afección por dichas tendencias en su actuar; es decir, se tienen expectativas del comportamiento bajo ciertos criterios normativos del otro, mientras que el actor ve la relación clientelar como maximizadora de ganancias. Dicha contradicción genera incertidumbre, reciprocidades inconclusas y, a la vez, métodos de coerción para asegurar el trato.

3.1.2. Tradición y afectos presentes sin sobresalir

El trabajo de campo evidenció que la acción social tradicional y afectiva están presentes, pero en menor grado y, en el caso de la primera, de manera muy difusa. El clientelismo político en su tipología más tradicional echa mano de ambos tipos de acción social para sostenerse, ya que la tradición delimita que las relaciones clientelares se realizan como una costumbre arraigada y los afectos generan vínculos entre los participantes con lo que se reduce la incertidumbre y se fortalecen valores de reciprocidad (Moreno Luzón, 1999). En el caso de Cuautitlán, la tradición se encuentra de forma explícita, aunque en mayor medida se encuentra implícita; mientras que los afectos se presentaron de manera precaria en las respuestas de los entrevistados.

La tradición en el clientelismo político se puede observar de distintas formas (la coerción, los valores y los afectos), pero el principal referente es la acción social tradicional (aunque se conjuga con la valorativa y afectiva). Al ser costumbres arraigadas, las relaciones clientelares pueden verse como herencia de comportamientos políticos del pasado desarrollados en el presente. Es decir, el clientelismo político fue desarrollado en el pasado, desde estructuras autoritarias, sin embargo, dichas re-

laciones no se eliminaron, más bien trascendieron en el tiempo y se adaptaron a las instituciones democráticas nacientes (Fox y Haight, 2009).

Mario (mediador de Morena) hizo referencia a la perduración de relaciones clientelares, al contrastar pasado y presente. Uno de los grandes señalamientos que el actor político sostuvo fue la crítica hacia las estructuras de su partido, ya que considera que cayeron en las mismas formas de hacer política del PRI y PRD (lo cual, desde su punto de vista, sugiere que Morena es producto de ambos partidos). Sin embargo, a la vez es consciente que relaciones de dicho tipo, expresadas, por ejemplo, en el clientelismo político, son parte de los representados, ya que ha sido una forma de relacionarse con las instituciones partidarias o burocráticas y, con ello, resolver los problemas de su vida diaria:

Nosotros fundamos Morena, pues, con la intención de salir de lo que se venía haciendo desde tiempos en los que el PRI dominaba el poder. El problema es que la gente pide siempre algo a cambio; recuerdo que por los años ochenta vino una campaña de vacunación contra el sarampión y la gente estaba formada en fila, ahí afuera del centro de salud, pero si les preguntabas a qué iban, ellos decían que los iban a vacunar, pero que además les iban a dar algo para comer y que por eso se formaban. En la actualidad pasa lo mismo, como Juana [candidata de Morena, 2021] y sus fotos repartiendo rosca de reyes: no salimos de dar pan y circo, así como siempre (entrevista con Mario, 14-1-2022).

Ese tipo de comportamientos, por lo tanto, se ven reflejados en las relaciones clientelares actuales del municipio. El clientelismo es una forma de cubrir las necesidades de los participantes y ha sobrevivido por el arraigo. Rosalía mencionó que los intercambios han sido de la misma forma al menos los 20 años que ella ha estado relacionada con el partido (PRI), aunque también tiene la postura que, si no le ofrecen o le brindan “algo” para participar, ella no estaría dispuesta a hacerlo: “No, a perder el tiempo, pues no” (entrevista con Rosario, 15-1-2022). Por su parte, las personas con las que trabajó Karina (con Morena durante la campaña de

2021) establecieron relaciones que se asemejaban a las expresadas por el señor Morales, ya que ella percibió que, si no ofrecía algo para intercambiar, algunas personas no estaban dispuestas a participar:

Creo que las personas que llegan a votar es porque saben que van a tener algo a cambio, que van a obtener algo a cambio. Porque, al fin y al cabo, es lo que uno o una busca ... tal vez no sea un puesto en el Ayuntamiento, pero si se ofrece una beca, si se ofrece como algún apoyo económico por parte del federal o por parte de la estatal, que ahorita el PRI está muy allegado al estatal [entonces] saben que así se pueden beneficiar ... por ese motivo optan por ir a votar (entrevista con Karina, 23-2-2022).

Finalmente, otro ejemplo de esta costumbre es el de la asociación de comerciantes de Cuautitlán. Pedro, como se ha comentado, siempre insistió en que la organización es independiente de algún partido político, pero durante los 40 años de su existencia, su labor ha sido negociar con el partido que llegue al poder del ayuntamiento. Por ende, la negociación que están llevando a cabo con el gobierno actual es, en términos generales, la misma que se ha hecho por 40 años, o sea, una negociación que trae a los comerciantes la posibilidad de realizar sus actividades sin contratiempo y con el respaldo de las autoridades:

Volvemos a reiterar ese punto de pedirles a los candidatos los mismos beneficios de siempre [desde hace 40 años] que ellos respeten nuestros espacios, eso es lo que [se demanda] en este mismo [gobierno]. Posteriormente reitero lo mismo, los mismos candidatos se comprometen por sentir la seguridad de uno, pero de ahí en fuera pues no tenemos nosotros una línea. Nosotros somos ajenos a un partido político y podemos decir que algunas veces nos han invitado, pero hemos sido muy respetuosos ... ante una mesa directiva, pues también nos debemos al gremio y el gremio determina no nada más la mesa directiva (entrevista con Pedro, 20-2-2022).

Así, la tradición en el clientelismo en Cuautitlán se expresa como esa costumbre arraigada en la acción social de sus participantes. El sentido de los actores sociales en las relaciones clientelares lo conducen las prácticas realizadas en el pasado. Esto no reduce su instrumentalidad o las expectativas que se establezcan, más bien se complementan y en conjunto son elementos por considerar de la perduración del clientelismo político en el municipio.

Del lado de los afectos, el análisis y la codificación de las entrevistas no los evidenció como elementos trascendentes en la estructura de las relaciones clientelares en Cuautitlán. Más bien fue lo opuesto, es decir, los clientes definían a los mediadores desde posturas negativas, no sienten afectos a ellos y, por lo tanto, refuerza la instrumentalidad e ilusionariedad. La principal razón de la conformación precaria (o hasta cierto caso nula) de afectos en las relaciones clientelares es la falta de cumplimiento de expectativas por parte de los mediadores.

Ejemplos de esto se pueden visualizar en las clientas externas (antes internas) del PRI Antonia y Selma. La primera generó vínculos valorativos, tal como se mencionó en el apartado anterior, con la mediadora, sin embargo, los vínculos afectivos nunca estuvieron presentes, como lo sugieren sus expresiones durante la entrevista. Mientras que, en la segunda, los afectos pueden verse en la amistad que tenía con las mediadoras, ya que a ella la incluyeron en los repartos precisamente por ese vínculo afectivo, pero al darse cuenta que dichas personas no cumplieron lo prometido, ella se salió de la red y los afectos (así como las expectativas) se rompieron e igualmente las terminó evaluando como personas oportunistas:

Cuando perdió el PRI, era un lloradero de viejas hipócritas y esta señora, según la líder la que según trabajaba en el municipio, supe que trataba de unirse a Morena. De hecho, en su casa tenía propagandas de Morena y demás, entonces ahí vio la gente que era una vieja arrastrada ... a donde quiera se quería meter, infiltrar y, éste, y qué bueno y espero que ya no lo logre porque la verdad ahora anda de miserable no tiene ni para comer, todo

mundo habla de ella y creo que se lo merece (entrevista con Antonia, 17-2-2022).

Tienes que ir a tocar la casa, preguntar cuántas personas hay, si hay ... gente de la tercera edad o alguien que necesite algún apoyo y ya se lo ofreces, pues te dan papeles y ya los anotas y les dices que pues que sí va a llegar el apoyo y después no llega nada. Por eso decidí dejar de engañar a la gente, porque eso no es bueno (entrevista con Selma, 21-2-2022).

Por lo tanto, los afectos no se podrían considerar como parte en las relaciones clientelares descritas en el caso de las clientas externas. En el caso de los círculos internos (los cuales se caracterizan teóricamente como afectivos en su vinculación) no se encontraron elementos afectivos, ya que los clientes se sentían más comprometidos valorativamente que afectivamente, es decir, su acción social se forjaba en valores más que en afectos, dado que el intercambio y la satisfacción de algunas necesidades estaba mediada por expectativas mutuas. Esto no quita la posibilidad de que se puedan encontrar relaciones clientelares afectivas, en específico con clientes más cercanos a sus mediadores, pero no fue el caso de los informantes entrevistados.

En síntesis, la tradición está presente en las relaciones clientelares, pero los afectos quedan marginados. La primera trae como consecuencia que el clientelismo político se mantenga como una forma de relacionarse con las autoridades partidarias o burocráticas y, con ello, lograr cubrir las necesidades mutuas de sus participantes; la costumbre guía a los actores necesitados al clientelismo como herramienta para conseguir un fin. En el caso de los afectos, éstos se encuentran carentes, por lo que su consecuencia inmediata es el reforzamiento de la ilusionariedad y las reciprocidades débiles, debido a la carencia de vínculos afectivos que guíen la acción social de los participantes que, a la vez, fortalece las expectativas rotas en la conclusión clientelar, tal como se delimita a continuación.

3.1.3. Ilusionariedad doble en la conclusión del trato clientelar

En el clientelismo tradicional la norma de reciprocidad teje una serie de compromisos entre sus participantes (Corzo, 2002). La fuente de éstos es la acción social racional con arreglo a valores, ya que los actores sociales sienten una serie de valores que se espera cumplan en su actuar. La reciprocidad, por lo tanto, se mantenía y concluía en trato clientelar, debido a que la expectativa en cada parte de la relación se culminaba por los valores inmersos en el accionar social.

En el caso de Cuautitlán, en cambio, las reciprocidades son débiles, ya que los participantes, tal como se ha señalado, actúan mediante una racionalidad con arreglo a fines en su acción social, es decir, se cae en una incertidumbre de conclusión en los tratos clientelares (Schröter, 2010). Aun así, cabe recordar que el trato no se agota o desaparece, más bien la incertidumbre, con el cumplimiento o no del trato, genera una fuente de evaluación hacia los mediadores o patronos. Dicha evaluación expresa una vez más el carácter instrumental conjugado con lo valorativo en las relaciones clientelares.

Por ende, los clientes perciben y han vivido conclusiones del trato inciertas, en específico cuando se trata de un bien o servicio a intercambiar en el momento que el partido llega al poder. Esto no quiere decir que todo el clientelismo se torne incierto o sin compromisos, más bien depende del tipo de relaciones de las cuales se esté hablando, los bienes a intercambiar y, con lo expresado en las entrevistas, se pueden presentar algunos ejemplos del periodo de gobierno morenista 2018-2021.

El primero se inserta en las relaciones clientelares burocráticas que Ariel Juárez llevó a cabo, acciones que le valieron ser etiquetado como “autoritario” y “corrupto”. Según la clienta interna de Morena (Karina), el expresidente municipal tejió una serie de redes de favores que pagó durante su periodo en el gobierno, éstos se basaron en apoyo político y económico con veteranos actores de la política en Cuautitlán. El mediador de Morena, de he-

cho, mencionó en su entrevista que Ariel Juárez les debe el puesto a distintos nombres, entre ellos Santos Covarrubias.¹

Por otra parte, se puede señalar el caso de la organización Transportistas Unidos Transformando a México (Tutram), la cual, mencionaron los mediadores entrevistados (Lorenzo y Juan), fue el principal factor de aglomeración de comercio informal en Cuautitlán. Si bien la organización es especialmente de transportistas, lo cierto es que cubre distintas ramas, entre ellas el comercio. Con esta organización se forjaron reciprocidades y culminaciones de tratos clientelares, aunque al final la relación se rompió con la agresión al alcalde sustituto por la no resolución de sus demandas. Así, pasó de ser una parte importante en la estructura política del gobierno de Morena a romper las relaciones clientelares y generar incertidumbre en sus tratos:

Yo creo que fue un Gobierno que fue muy selectivo. Realmente muy señalado en cuanto cumplimiento de compromisos, le faltó mucho el ... tener un compromiso hacia la gente. Fue un Gobierno que no dio respuesta para concluir ... Pues yo creo que una de las principales [problemáticas] fue la aglomeración de puestos que representativamente ellos fueron los que hicieron ese desorden, a voz abierta se sabe eso y la queja que nosotros tuvimos como mayor exigencia fue la limpia o la liberación de espacios que ellos mismos permitieron la colocación de puestos. Ése es un tema o una queja que, pues yo creo que los compañeros o la propia ciudadanía reclama: la liberación de espacios (entrevista con Pedro, 20-2-2022).

Por otro lado, se puede mencionar el grupo de la tercera edad, el cual apoyó a Ariel Juárez durante su campaña electoral, pero el trato clientelar del patrón hacia el mediador no se culminó. Tal como señaló Karina, este grupo fue forjando un voto duro para Morena, ya que la creencia en el proyecto de la Cuarta Trans-

¹ Un suceso por remarcar fue el enfrentamiento verbal que tuvieron los ahora diputados estatales Ariel Juárez y Francisco Santos; este último le reiteró en varias ocasiones “primero págame”, por lo que los conflictos entre ambos políticos son incluso visibles y públicos (Hidalgo, 2022).

formación estaba en efervescencia, sin embargo, el mediador no fue retribuido y se desligó de los círculos internos de Juárez, por lo que para las elecciones de 2021 se aliaron con la candidata morenista Juana Carrillo:

Saúl [el mediador] y el grupo de las personas de la tercera edad lo único que quería (n) era ser reconocidos, como los representantes de Morena en Cuautitlán, entonces, cuando los sube a su cierre de campaña de la candidata, ellos ya se realizaron y fueron felices, repartieron tamales el día de las votaciones ... El valor que no les dio Ariel se los dio esta candidata. Entonces eso fue lo que los tranquilizó y no fue y no se pusieron tan mal porque en la campaña de Ariel, que yo no estuve, Saúl sí me comentó que Ariel le había prometido un puesto en el Ayuntamiento, el cual no cumplió (entrevista con Karina, 23-2-2022).

Por parte de los tratos entre clientes-mediadores y viceversa también cuentan con la ilusionariedad en su interior y, cabe resaltar, se fundan en gran incertidumbre. Hablando de los primeros, ésta aparece tanto en tiempos electorales como en cotidianos. Los primeros emergen de las políticas programáticas de campaña y los segundos del trabajo comunitario con el partido (ya sea en el poder o fuera de él). Por ejemplo, Antonia señaló que le ofrecieron la tarjeta rosa, dio sus papeles y jamás obtuvo respuesta; otro caso es el de Carol, la cual hizo alusión a que su trabajo en campañas no le aseguraba un puesto de trabajo en la burocracia si el partido ganaba, a pesar de ser ése el motivo por el cual se involucró en el clientelismo:

di mis datos, mis papeles y todo y hasta la fecha jamás llegó ninguna ... resolución ... nunca llega nada y al parecer yo creo que, a nadie de aquí, porque conozco a mucha gente, pero nadie nada dicho que tiene una tarjeta de salario Rosa (entrevista con Antonia, 17-2-2022).

Era hasta después ver qué pasaba ... Pero sí, cuando estuve ... me acerqué a Juanita [pero] el Ayuntamiento no te dan o te abre las puertas, no abren las puertas para otro tipo de perspectivas, otro

tipo de conocimientos, principalmente el de Cuautitlán. Entonces, pues realmente no, no obtuve nada y no ... se dio nada ... Y ahora míranos, estamos trabajando en una empresa que nada que ver (entrevista con Carol, 26-2-2022).

En cuanto a los segundos, el apoyo en forma de sufragio es el principal factor de incertidumbre en el trato clientelar. Esto se explica por la estructura instrumental moral en el accionar de los clientes y por la misma incertidumbre que éstos tienen frente a mediadores o patronos. Por tal motivo Juan (mediador del PRD) mencionó que el trabajo comunitario cotidiano no le asegura un alza de votación y esto se explica por la precaria generación de reciprocidades en el cliente, es decir, el clientelismo se torna en una relación de expectativas inciertas en una estructura de acción social racional con arreglo a fines, con la evaluación moral como elemento de evaluación partidaria a considerar:

Esto que hacemos nosotros lo hacemos permanentemente y, sin embargo, cuando vas y ves la votación o dejas que ellos voten libremente, ves resultados que no esperabas y que no corresponden al esfuerzo realizado. Entonces, sinceramente, en el partido tendríamos que buscar un mecanismo más efectivo para asegurar la preferencia electoral (entrevista con Juan, 26-1-2022).

Por lo tanto, el clientelismo ilusionario se encuentra latente y presente en el municipio. Dicha característica deriva de la acción social con arreglo a fines de los participantes. Por parte de los patronos, al llegar al poder éstos dejan a la deriva ciertos tratos que habían acordado en específico (aunque no únicamente) durante los tiempos electorales, ya que se enfocan en darle respuestas recíprocas a otros de ellos. Las consecuencias se reflejan en la desaprobación de los clientes, mediante evaluaciones instrumentales-morales (incluso de los mediadores) con tratos de esta índole y, por lo tanto, el retiro de su apoyo (temática a profundizar en el capítulo 4).

En cuanto a los clientes, su accionar instrumental (adherido a los tratos inconclusos y a la incertidumbre de algunos en los

que ellos están presentes) provoca dudas en la reciprocidad hacia los mediadores y patronos. Sin embargo, estas relaciones siguen su curso por la necesidad de los tres participantes. Aun así, dicha ilusionariedad puede variar en relación con el mediador, es decir, si el cliente es parte del círculo interno, entonces la certeza puede ser mayor en comparación si éste fuera parte de círculos externos.

Finalmente, por parte de los mediadores, la incertidumbre que ellos incitan se basa en la selectividad de los bienes y servicios a intercambiar. Si bien los mediadores que se entrevistaron afirman que los apoyos cotidianos a comunidades vulnerables es una estrategia para obtener apoyo político, lo cierto es que estos mismos actores en partes jerárquicas más bajas establecen criterios propios al momento del reparto de los insumos. Además, cuentan con mecanismos coercitivos que reducen la incertidumbre en la conclusión del trato, tal como se delimita a continuación.

3.2. El tránsito de círculos externos a círculos internos: necesidades y bienes de intercambio como elementos vinculantes

En los resultados del trabajo de campo sobresalió el código de círculo interno en cuanto a su saturación (véase anexo metodológico). En adición a éste, los aspectos que se relacionaron en mayor medida fueron las necesidades y los bienes y servicios a intercambiar. Aun así, al voltear la mirada hacia su opuesto analítico (círculo interno) su estructura relacional siempre salió a flote, ya que uno llega a definir al otro y viceversa. A continuación, se presenta la estructura de los círculos internos y externos a través de los tópicos relacionados: bienes y servicios a intercambiar, necesidades y acceso a comunicación; cabe recordar que estas relaciones siguen siendo en su mayoría instrumentales, ilusorias y cuentan con cierto grado de coerción.

3.2.1. *Círculos internos y bienes burocráticos en interacción*

Los círculos internos, tal como se definió anteriormente, son aquellos grupos de clientes a cargo de un mediador, los cuales comparten vínculos afectivos y valorativos (Auyero y Benzecry, 2016). En el marco analítico que se presentó, este tipo de grupos se adscribieron al clientelismo tradicional y a la acción social racional con arreglo a valores, tradicional y afectiva, ya que el sentido de su acción social es dirigido por expectativas dirigidas desde terceros hacia el actor, por un pasado arraigado o por afectos en su accionar. Lo que se encontró en las entrevistas realizadas, en cambio, fueron afinidades más cercanas a lo que se esperaba teóricamente se hallaran en el clientelismo moderno; esto es consecuencia principalmente de la propia estructura general de la acción social que se desarrolló en el apartado anterior.

Así, lo que se halló en los clientes pertenecientes a círculos internos es el accionar instrumental en su accionar social, aunque con una menor incertidumbre en algunos casos. Un ejemplo de esto es Carol, quien se define como una persona crítica de los partidos políticos por su corrupción y discursos ocultos, sin embargo, se involucró en la relación clientelar como parte de un círculo interno de Morena por la escasez de oportunidades laborales y, por lo tanto, mediante dicha relación su fin era conseguir un puesto en la administración pública si el partido conseguía la victoria. Esto no quita de la mesa la opción de repercutir e influir, con sus conocimientos en determinadas temáticas de algunas áreas gubernamentales, pero quedaba en segundo término:

Me metí con ella [su mediadora] pero ya después me fui relacionando con gente de pequeños grupos que estaban dentro de la campaña. Sí, obviamente también buscaban lo mismo ¿no? un puesto o un hueso en el Ayuntamiento (entrevista con Carol, 26-2-2022).

Otro ejemplo es el de Isabel, quien se unió al PRI con el fin de ejercer su carrera de manera más amplia cumpliendo con su

vocación, pero a la vez para sacar provecho de dicha posición y formar una carrera política. Su labor dentro del partido estuvo relacionada con su formación (abogada) con el apoyo jurídico gratuito a personas que lo necesitan. Aun así, ella sigue a la espera de que el gobierno triunfante de la coalición le retribuya su trabajo y que la instale en alguna parte de la burocracia, tal como se lo habían prometido:

En realidad, se puede decir que no era mi intención entrar a la política, pero al ir finalizando mi carrera me di cuenta que las oportunidades laborales estaban complicadas por la pandemia y todo lo que está con base a ella ¿no? Mi digamos relación fue por encontrar un trabajo en el ayuntamiento, algo que sigo esperando, pero ya fue ventaja que la coalición ganara. Sí, estoy esperando que me den resolución, pero es algo que uno lleva en mente al momento de meterse en esto, pues, la verdad no es fácil y tenemos que esperar y soportar, pero es peor no tener nada (entrevista con Isabel, 28-2-2022).

A pesar de la incertidumbre de los clientes hacia el trato y la instrumentalidad con la que mayormente se desenvuelven, las expectativas valorativas recaen en su comportamiento. Es decir, la lealtad y la reciprocidad son los garantes para los mediadores y patrones en la conclusión de su trato. Además, son parte crucial en el funcionamiento de la red clientelar, ya que estos círculos internos administran el trabajo territorial de los partidos en tiempos electorales y no electorales. El dirigente del PT (José) expresa este trabajo como una labor cotidiana y en el que los círculos internos son el vínculo entre la oferta, la demanda y los futuros votos para el partido:

La mayoría [de sus clientes internos] son jóvenes, un servidor tengo 40 años, por ahí están entre los 25 -28 años, muchos son abogados, son contadores. La mayoría tiene la idea de poder hacer una carrera política. La diferencia de estos compañeros y que yo le celebro es que ... los espacios públicos, bueno, deben conquistarse en esencia a base del trabajo y la identidad con la ciudadanía. Hay mucha gente que tiene suerte y que ni con la mitad de ese

desempeño llega a cargo, pero los resultados ahí están y se han visto. Ésa es la esencia (entrevista con José, 4-2-2022).

Siguiendo con los mediadores, un hallazgo a considerar es el multifacético desarrollo de papeles por parte de los mediadores entrevistados. Tres de los cuatro mediadores son parte de las cúpulas altas de los partidos en los que laboran, son políticos profesionales con años de experiencia y su labor dentro de su partido se puede considerar la de un patrón, ya que éstos son los encargados de dirigir a grupos de mediadores y clientes para el reparto de bienes y servicios. Los dirigentes del PRD, el PT y el PAN concordaron con sus respuestas al mencionar que ellos dirigen los programas sociales cotidianos del partido y, en las elecciones de 2021, ellos fueron los dirigentes de las campañas políticas.

Sin embargo, dada la complejidad de las redes clientelares, los dirigentes de cada partido son simultáneamente mediadores. Esto se debe, en primer lugar, a que los tres partidos fueron en coalición con los considerados partidos grandes (PRI y Morena) y, por ello, no fueron los líderes de dichas coaliciones. En segundo lugar, su papel se vio reducido jerárquicamente, ya que ellos son patrones en su partido, pero en la coalición su autoridad se vio reducida al rendir cuentas a un patrón más influyente, es decir, el líder de la coalición. Finalmente, el reparto de bienes, en este caso burocráticos, se efectúan en función jerárquica, por lo que los mediadores tendrán que consensuar y competir por puestos en la administración pública o conformarse con lo que sus patrones les provean.

Juan, dirigente del PRD, describió en la entrevista (en congruencia con los otros dos dirigentes) que cada partido hizo su campaña electoral por separado de lunes a viernes, mientras que los fines de semana la realizaron junto a los partidos de la coalición. Sin embargo, dado que el partido fue el que menor porcentaje de votos obtuvo, los puestos en la administración pública para sus mediadores se redujeron a niveles medios-bajos; en su caso, tiene que concursar por una plaza en la administración pública,

lo que evidencia su papel de mediador en relación con la coalición, a pesar de ser el líder y patrón político del partido:

De los cargos que tenemos para nuestra gente dado su perfil, como ves ahí. Son los de nivel medio. El cargo más importante, pues, es el que tienen como representante popular la persona que quedó de regidora, en lo personal yo voy a participar en un concurso para Derechos Humanos. Hay una desigual distribución de los cargos que en este momento la verdad es que se fueron más para cargados para el partido que ganó y para para el que les dio la segunda mayor votación, el PAN. Serían los cargos importantes para ellos serían medios, principalmente entre sub Jefaturas y coordinaciones (entrevista con Juan, 26-1-2022).

El caso contrario fue el del dirigente del PAN (Lorenzo), el cual también ostenta los papeles multifacéticos, ya que dirige directamente las redes clientelares de su partido, pero les rinde cuentas a actores con mayor autoridad. En su caso, la cantidad de votos le valió, por un lado, ser el factor determinante para la victoria de la coalición y, por otro, poder elegir el puesto que desee en la administración pública. Aun así, la repartición de puestos en el actual gobierno se ha tornado conflictivo, ya que, a veces y percepciones, en específico de los clientes, comentan que no han llegado a consensos y que los conflictos son evidencia de las diferencias en los partidos, tal como lo señala Miguel:

Por la experiencia que viví, suponía que si la coalición (de Morena) llegaba al poder iba a tener varios conflictos al repartir los puestos de trabajo acordados, pues, el gran conflicto que se vivió con Ariel fue ése. Los puestos de trabajo se reparten de manera muy autoritaria, los grandes mandos los deciden ¿no? Ahora de buena fuente sé que PRI, PAN y PRD están peleando por esta secretaría, este, por la regiduría, no respetaron sus acuerdos y el que lleva las de ganar pues es el PRI, ellos deciden quién va a dónde y cómo en el Ayuntamiento (entrevista con Miguel, 25-2-2022).

Así, los círculos internos son redes complejas de intercambios mutuos, sobre todo en función de puestos de trabajo en la

burocracia, con intenciones instrumentales e ilusorias. Por el lado de los clientes, su incertidumbre se basa en la conclusión del trato de los mediadores y patrones hacia ellos, ya que su trabajo político no garantiza que el intercambio se concluya. Mientras que los mediadores entrevistados, por sus papeles multifacéticos, buscan escalar en su carrera política y colocarse en puestos burocráticos al llegar al gobierno, sin embargo, esto depende de la posición que ocupen como mediadores frente a patrones con jerarquías más grandes. Lo cierto es que la certidumbre de los clientes hacia los patrones y mediadores es hasta cierto punto garantizada, ya que la necesidad genera que la reciprocidad se fortalezca; aunque también se llegan a utilizar métodos coercitivos que se tratarán más adelante.

3.2.2. Necesidad de votos y la inclusión de clientes externos

En el análisis de la información se pudo identificar una gran saturación en el código de círculos internos de mediadores (véase anexo metodológico), el cual se vincula con categorías como necesidad, coerción, bien y servicio a intercambiar y círculos externos de mediadores. Este último, como se marcó en el esbozo teórico, se delimita como aquel grupo de clientes con vinculaciones valorativas y emocionales débiles, por lo tanto, son relaciones espontáneas y con la instrumentalidad e ilusionariedad mayormente marcadas, así como una carga valorativa en forma de expectativas hacia el otro. El caso de Cuautitlán se adscribe en la mayor parte de las características del tipo ideal (es decir, a la construcción analítica), aunque igualmente se pueden encontrar algunas diferencias.

En cuanto a la acción social, estos grupos están ligados por una maximización de ganancias al igual que los círculos internos. Aunque, la vinculación valorativa hacia ellos no es un punto que genere reciprocidad (en comparación con su parte opuesta) y la parte afectiva está igualmente ausente. Un motivo de estas carac-

terísticas es la cercanía con los mediadores, la cual es muy débil, debido a que quienes tienen la función de contactar clientes externos son precisamente los clientes internos, tarea que frecuentemente fue referenciada en las entrevistas.

En el caso del PRI, el trabajo de vincular a clientes externos se puede evidenciar en las actividades cotidianas del partido. La señora Rosario comentó que su labor, así como de otros clientes internos, fue contactar a diez personas externas y llevarlas a eventos políticos, en los cuales, en su mayoría, se reparten despensas. Lo mismo comentó Selma, quien mencionó que un encargo importante si estás “dentro” es contactar a un grupo de personas, aunque ella comentó que dicha tarea se intensifica en tiempos electorales:

Vamos y tocamos a la casa [de cada una de esas diez personas] y prácticamente ¿ya vas a ir? ¿O todavía no? Pero tiene que estar uno viendo si llegan a la casilla a votar y todo eso y avisar ¿No? pues ya vino a votar fulano o sultana (entrevista con Rosario, 15-1-2022).

Sí tenemos que ir a tocar casas y a recordarles que vayan a votar, a preguntarle si ya votaron, si ya tienen su dedito pintado y todas estas cosas. De hecho, una vez estuve en casilla igual, pero estás como vigilando a la gente y según me iban a pagar y no me pagaron y todo el día estuvo ahí hasta la 1:00 AM (entrevista con Selma, 21-2-2022).

Por parte de los clientes internos de Morena también tienen la misma modalidad, aunque Karina comentó que este reclutamiento se realiza en específico durante campañas electorales. Sin embargo, el intercambio gira en torno al paquete de políticas que el partido ofrece durante campaña, por lo que los clientes externos de Morena viven en incluso mayor incertidumbre, ya que su apoyo se funda en función de un futuro intercambio de acceso preferencial a determinadas políticas públicas. Esto último también lo mencionó Miguel, ya que su cercanía con las políticas federales de apoyos a adultos mayores y las becas para jóvenes le

permitió observar de cerca dicha intermediación preferencial a determinadas personas.

Ahorita yo desconozco cuántas personas hay en Cuautitlán de la tercera edad, hacía mucho énfasis en las personas de tercera edad y por eso se agarró mucho en Saúl, que son personas mayores porque quería asegurar [votos] (entrevista con Karina, 23-2-2022).

Una de las tareas importantes es ofrecer programas a futuro, que pues son muchos federales como las ayudas a la tercera edad o jóvenes construyendo el futuro; pero ... no les das nada en el momento, sólo les das esa posibilidad de facilitar los trámites, aunque tampoco es que se les dé a todos, pero las personas pueden llegar a confiar que ... una relación con alguien que esté dentro, les trae beneficios, al menos eso veía yo en el reclutamiento en la campaña (entrevista con Miguel, 25-2-2022).

Un aspecto por considerar en esta relación y diferenciación de círculos internos y externos es el insumo por intercambiar. Como lo señala Schröter (2010) el bien y servicio a intercambiar se funda en función de la vinculación de cercanía entre cliente y mediador (o patrón). Así, los intercambios con los círculos externos son menores, ya que el análisis de los datos evidenció que mayormente se intercambian despensas, cortes de cabello, asesorías psicológicas, asesorías jurídicas, además, cargan con una mayor incertidumbre, ya que puede que el intercambio quede pendiente hacia una política social futura, es decir, no es un intercambio en vivo.

Por ello, la característica del insumo a intercambiar es un factor que repercute en la generación de lazos de reciprocidad. La instrumentalidad sigue permeando las relaciones, pero la generación de expectativas recíprocas emerge de la cercanía con la figura de autoridad que, a su vez, ponen en juego intercambios de mayor valor.² De esa manera, los círculos externos están más per-

² Aunque cabe señalar que el valor es relativo, ya que no se está llevando a cabo un intercambio bajo los parámetros institucionales del mercado, más bien es una relación informal y el valor de los bienes y servicios a repartir quedan a consideración de los participantes (Scheffer y Schedler, 2009).

meados por la maximización de ganancias, derivada de un cálculo moral, que se refleja al momento de emitir su sufragio, ya que ellos siempre mencionaron que el voto lo realizan según su preferencia y sin importar el intercambio con un partido en específico:

Para mí sí es libre porque he ido a votar y no he votado por el PRI. Puesto que al final del día es punto libre, ¿no?, porque ya tú te metes y tú votas por quien quieres ¿no? (entrevista con Selma, 21-2-2022).

Ahora que no estoy tan ligado con ellos, mi voto no tiene por qué estar dirigido, mi voto es libre. Aunque estuviera en el partido, yo llegué a votar por otro que no fuera Morena, pero estando fuera puedes elegir incluso mejor las cosas (entrevista con Miguel, 25-2-2022).

A su vez, el ser cliente externo permite la posibilidad de pactar tratos con distintos mediadores partidarios o burocráticos. El caso de Antonia lo refleja, ya que es beneficiaria de intercambios de despensas por parte del PRD (cabe mencionar que éstas no son regaladas, sino que los partidos las venden a bajo costo), pero igualmente recibe apoyos federales, que se le facilitaron por tener un “contacto” en la administración pública, y también llega a recibir apoyos o invitaciones de círculos internos para acudir a eventos como desayunos o reparto de despensas; sin embargo, la decisión de su sufragio es de manera individual, sin deberle “nada a nadie”:

por ejemplo, el PAN, este, ofrecía despensas bueno claro ya no regaladas verdad, éstas a muy bajo costo entonces pues si al final de cuentas ... sí vamos por ellas ... pues todo lo que daban ... ya lo recibíamos, pero ya sin ningún tipo de ... de compromiso (entrevista con Antonia, 17-2-2022).

Sin embargo, cabe señalar que los clientes externos que se entrevistaron (Antonia, Selma, Pedro y Miguel) fueron miembros de círculos internos en determinados momentos. Las dos prime-

ras fueron parte de círculos internos del PRI, pero se desvincularon por la decepción del trato incierto con sus mediadoras; en el caso de Pedro, cabe recordar que es parte de la organización de comerciantes de Cuautitlán, quienes no son parte de ningún partido político, pero tiene que pactar con todos para posteriormente negociar sus demandas con el que quede en el poder, es decir, son círculos externos partidarios e internos burocráticos (Schröter, 2010). Finalmente, Miguel se desvinculó del círculo interno de Morena porque en 2018 no fue colocado en un puesto dentro de la burocracia, tal como había acordado.

Por ello, el tránsito de interno a externo es producto de tratos inconclusos, pero esto se puede ver desde dos ópticas. Por un lado, desde el cliente, éste pasa de ser interno a externo por ruptura en su expectativa del cómo debería de ser el intercambio, debido a la selectividad y preferencia de los mediadores hacia algunos miembros de los círculos internos. Por otro lado, son los mismos mediadores los que observan la presentación y trabajo de los clientes internos y, si no cumplen sus expectativas, éstos retiran el apoyo que les están otorgando y terminan por excluirlos, tal como se ha mencionado con Antonia y Selma.

Es aquí en donde entra en juego la parte valorativa enfocada en el otro, es decir, los valores como expectativas del clientelismo político (Vommaro y Quirós, 2011). Ese quiebre en lo que los actores esperan del otro provoca exclusiones, privaciones de bienes de servicios y, por lo tanto, un tránsito de un círculo interno a externo. Estas vivencias serán cruciales en intercambios clientelares futuros, ya que esos clientes externos (antes internos) tratarán de relacionarse de nuevo con otro u otros mediadores, pero su cálculo instrumental está permeado por valores (en forma de expectativas) y dicha evaluación será parte de acciones como participación y rendición de cuentas, tal como se trabajará más adelante.

Por lo tanto, si bien se pueden considerar círculos externos, lo cierto es que su vinculación y conocimiento de las redes clientelares es más profundo que clientes externos sin antecedentes clientelares internos. Su principal diferencia entre sí es la construcción

de reciprocidades, ya que la cercanía con el mediador y el bien y servicio a intercambiar determinan la ilusionariedad, aunque la instrumentalidad sigue al frente en ambos. Finalmente, otra diferencia a considerar, a continuación, es el acceso y uso de la comunicación que fluye en las relaciones clientelares que, adelantando, es diferenciada en función al círculo del que se esté tratando.

3.2.3. Acceso a comunicación diferenciada en círculos internos y externos

Finalmente, para este apartado, el tema de la comunicación es un punto a resaltar en las relaciones clientelares de Cuautitlán. Este elemento es crucial en el funcionamiento de las redes, ya que proveen a los participantes de información de los lugares, elementos y modalidades del intercambio. Sin embargo, la gran diferencia entre su acceso gira en torno a la cercanía con los mediadores o patrones; es decir, los círculos internos y externos son distintos en el acceso a la información de las redes clientelares.

Uno de los elementos en común de las distintas redes clientelares de los distintos partidos es el uso de grupos de WhatsApp. Esta herramienta vincula clientes internos con mediadores y clientes externos con clientes internos, ya que su uso funciona como vínculo entre los participantes. Por medio de estos grupos, los mediadores localizan zonas vulnerables, en comunicación con sus clientes internos, con las cuales se puede trabajar durante periodos cotidianos o campañas electorales. Tres mediadores (Lorenzo, Juan y José) mencionaron que el uso de redes sociales (en específico WhatsApp) es un vínculo importante entre sus electores y ellos.

Por parte de los clientes internos, Rosalía comentó que dichos grupos sirven como medio de comunicación para definir cómo será el intercambio y qué se va a intercambiar: “Bueno, ahorita últimamente hay un grupo de WhatsApp y ahí es donde ya lo informan a uno” (entrevista con Rosario, 15-1-2022). En concordancia, Selma delimitó dichos grupos como guías para saber qué se tiene que hacer para el intercambio en determinado día:

“tienen grupo de WhatsApp. Manda un mensaje y ya te dicen tu clave y eso, el horario y ya vas” (entrevista con Selma, 21-2-2022). Mientras que Miguel mencionó que dichos grupos evidenciaban que los alcances de los intercambios se reducían a los que son parte del grupo, dejando fuera a otro tipo de participantes, es decir, los círculos internos cuentan con grupos en específico y los círculos externos con otros:

Algo que siempre me causó sospecha es la diferencia que está en los grupos de WhatsApp. Yo [en 2018] manejé uno para recopilar votos, por ahí se les daban algunos avisos y se les recordaba lo que ganaban si Morena quedaba; a la vez también, este, otros compañeros y yo estábamos en otro grupo con el que nuestro coordinador nos decía qué hacer en un día, en determinada comunidad o con determinada gente, era muy distinto porque se habla de otras cosas. En estas últimas elecciones solamente estuve en el grupo, pues, débil [externo] (entrevista con Miguel, 25-2-2022).

Así, para los círculos externos, los grupos son conformados para conocer la cantidad de posibles votos que puede haber en las elecciones en curso. Es decir, la interacción de los círculos externos en las relaciones clientelares se realiza con otro cliente, pero parte del círculo interno. Aun así, el intercambio puede quedar como una simple expectativa (clientelismo ilusionario) o marginado a elección de los círculos internos. Dichas características se pueden observar de manera más evidente en el tránsito de cliente interno a cliente externo.

El caso, de nuevo, de Selma es esclarecedor, ya que su desvinculación del círculo interno en el que ella se encontraba le trajo como resultado que la información para la repartición de despensas se entorpeciera. Por parte de Antonia, la exclusión del círculo interno provocó deterioro en la comunicación de acceso a información para poder seguir el trámite de la “tarjeta rosa”. Finalmente, Miguel mencionó que su exclusión del círculo interno generó en su persona falta de información de las relaciones, conflictos y consensos dentro del partido para evaluarlos y, con ello, emitir su sufragio (tema a desarrollar en el capítulo 4).

Además, un aspecto a considerar desde la observación y percepción de los entrevistados es el conocimiento mayor o menor de los representantes y sus acciones pasadas o a futuro. Por parte de los círculos internos, los entrevistados tienen la facilidad de brindar información en el momento, no tienen dificultades para expresar su conocimiento de los partidos, las coaliciones, las acciones de los representantes o las propuestas de campaña. Mientras que con los círculos externos dicha dinámica resultó más complicada, ya que su lejanía con la actividad política provoca que confundan a los partidos o candidatos, además de no tener un conocimiento presente de los distintos programas sociales (burocráticos o partidarios) lo que dificulta su acceso.³

En síntesis, los círculos internos y externos son herramientas conceptuales útiles con las cuales pueden observarse las formas en las que se estructuran e interactúan los participantes. En primer lugar, se puede delimitar su tipo de vinculación mediante su acción social, ya que, a pesar de que ambos círculos están permeados por instrumentalidad, los círculos internos gozan en mayor medida de valores recíprocos, los cuales son producto de las expectativas de los participantes y del insumo a intercambiar (por lo regular puestos de trabajo en la burocracia); mientras que los círculos externos, en segundo lugar, permiten observar las trayectorias de los clientes (en sus posibles pasos de círculos internos a externos) y las interacciones entre ellos. Finalmente, evidencia que las fuentes de información son cruciales en la relación clientelar, pero además de brindar guías y seguimiento a las redes, cabe señalar que son herramientas para vigilar y obligar a realizar determinadas acciones.

³ Cabe mencionar, que, a pesar de las dificultades de entorno interno, los clientes externos brindaron información crucial para el análisis que se está realizando, ya que expresaron sus percepciones desde su posición externa.

3.3. Reciprocidades débiles y herramientas de coerción

En un ambiente maximizador de ganancias, con la acción social racional con arreglo a fines, un cálculo moral e ilusorio como consecuencia, la incertidumbre en los tratos clientelares está presente. Según la tipología que se planteó en el capítulo teórico, la coerción en el clientelismo moderno va desapareciendo y por tal motivo se torna en un clientelismo instrumental e incierto. Sin embargo, lo que se encontró no fue la ausencia de mecanismos de coerción tradicionales (con los cuales tal cual obligaban a devolver el favor usando la fuerza), sino modos coercitivos insertados en la relación clientelar con los que, en específico los mediadores y patronos, tratan de disminuir la incertidumbre propia del clientelismo en el que viven.

3.3.1. Herramientas poco eficaces que fortalecen la certidumbre del trato

La tipificación de clientelismo en tradicional y moderno delimita tanto la norma de reciprocidad y los incentivos selectivos como sus herramientas respectivas. La primera se basa en relaciones con clientes que se consideren allegados valorativamente al mediador o patrón, debido a que dichos valores generarán que su acción social se vea guiada por ellos y, de esa manera, generar reciprocidades para la conclusión del trato. La segunda toma como referencia redes clientelares más extensas y homogéneas en sus clientes, por lo que los repartos se basan en las necesidades más fuertes de grupos vulnerables, es decir, se comienza el reparto entre los clientes más vulnerables (hacia los menos vulnerados) y con ello dichos clientes, a pesar de una vinculación no valorativa, considerarán que regresar el trato es lo que les permitirá seguir gozando del bien o servicio (Stokes, 2009).

En el caso de Cuautitlán, la tipología ideal de norma de reciprocidad e incentivos selectivos se adscriben a las formas en que los mediadores tratan de generar certeza en los intercambios

instrumentales de sus clientes. La norma de reciprocidad puede identificarse en los círculos internos, ya que los vínculos valorativos, tal como se ha señalado, son viables para este tipo de herramientas. El caso de Miguel muestra que los mediadores generan reciprocidades en función al intercambio (en este caso a futuro) que se había acordado, por lo que la acción social es moldeada por los valores recíprocos que el mediador construye en el cliente.

Nuestro coordinador cada vez que lo veíamos nos recordaba la recompensa al final del trabajo, era muy pesado, por cierto. Entonces te vas mentalizando a trabajar mejor para que haya esa recompensa, que ni la tuvimos. Por tu cabeza sólo pasa el dar lo mejor de ti y trabajar como se te pide, pues, todo por lograr conseguir ese puesto en el ayuntamiento (entrevista con Miguel, 25-2-2022).

Por parte de Karina, en la reciprocidad que se fue construyendo con sus mediadores no se puede considerar que los valores fueran el punto clave, ya que siempre está presente una línea instrumental. El mensaje de los mediadores siempre se enfocó a trabajar con sus círculos externos, ya que, si ganaban, todos iban a recibir lo acordado. Por ende, los mediadores insistían frecuentemente en el reclutamiento de clientes externos que les garantizaran votos, es decir, la reciprocidad no sólo dependía de la clienta (y su voto el cual se consideraría seguro), sino del voto de las personas externas. La herramienta, por lo tanto, trata de ser proyectada de los clientes internos a los clientes externos y, con ello, asegurar las elecciones:

[Les decían] oye, te tienes que presentar hoy a esta plática porque va a venir la candidata y tienes que decir tus puntos; oye, ¿cómo vamos con el grupo? ¿Sí está todo asegurado? ¿Cómo vamos trabajando? ... ¿cómo van? ¿cómo van? ¿cómo van? ¿cómo seguimos? Este, recuerden que tenemos que ganar para que nos veamos beneficiados (entrevista con Karina, 23-2-2022).

La construcción de este tipo de valores, por lo tanto, es más viable en círculos internos, debido a la cercanía de los partici-

pantes y su vinculación valorativa que permite su aplicación. Sin embargo, la incertidumbre se apega a los círculos externos y las normas de reciprocidad no son funcionales en éstos, ya que son clientes con distanciamiento valorativo, espontáneos o, como los que se entrevistaron, decepcionados de los círculos internos en los que algún día estuvieron, es decir, con expectativas rotas posterior a su evaluación moral.

En la misma concordancia de los tipos ideales, los círculos externos son adheridos al clientelismo político desde incentivos selectivos. Lorenzo, dirigente del PAN, señaló que sus grupos de trabajo están instalados en zonas con más necesidades y ahí es en donde inician la labor política de apoyo. De la misma forma, José mencionó que la gran diferencia entre el PT y los otros partidos es el trabajo con la comunidad de forma cotidiana y ejemplificó que ellos trabajan con escuelas más necesitadas (con reparto, por ejemplo, de pintura o computadoras) y que el apoyo se ve retribuido en los sufragios:

Como el municipio, pues, es relativamente pequeño, aunque no tan pequeño. Acción Nacional es una institución conformada un comité, tan sólo el comité somos 21 miembros de este comité, tenemos una militancia de 320 aproximadamente militantes, de esa manera tenemos a hoy a través de las redes sociales, de los Grupos de WhatsApp, tenemos grupos donde detectamos si buscamos quien requiere de ayuda a quien a través de los mismos compañeros. Y ahí es donde vamos, este, vamos agendado, vamos programando mejor dicho a donde vamos o a qué comunidades nos vamos a acercar o con qué personas que lo requieran, además cada uno de los de estos 21 asume una responsabilidad cada uno de los compañeros y cada quien en su tema (entrevista con Lorenzo, 28-1-2022).

Ahorita de unos años para acá, las redes sociales han sido una plataforma muy importante porque antes de que tuviera auge, pues nosotros teníamos que realizar todavía más esfuerzo en las colonias para que se viera la presencia del partido. Hoy gracias a las redes sociales, pues podemos, por ejemplo, de rincón a rincón, una actividad que realicemos con la misma gente de la clave a lo largo

y ancho del municipio y nos sirve también para hacer un enlace para que algún grupo de vecinos que soliciten alguna ayuda, pues es más fácil comunicarse y es lo que nos ha ayudado mucho para abarcar varias colonias (entrevista con José, 4-2-2022).

Sin embargo, los incentivos selectivos no son entregados como el cliente externo esperaría. Tal como se señaló, los clientes recorren un camino de promesas y tratos rotos para pasar de círculos internos a círculos externos y la principal problemática es que los mediadores no velan por las necesidades e intereses de todos sus clientes y con la exclusión como herramienta, lo que se presentan son relaciones de incentivos selectivos de forma distorsionada. Es decir, los mediadores no inician el reparto con los clientes más necesitados y, con ello, maximizar las ganancias en relación con los recursos; en cambio los repartos inician con sus familiares y amigos, mientras que los clientes externos quedan marginados.

Lo anterior, cabe de nuevo señalar, se inserta en los clientes externos que fueron parte de círculos internos. Es decir, sus expectativas siguen enfocadas a un intercambio lo más certero posible, pero éste se ve truncado por la selectividad de los intermediarios. Dicha problemática responde al lugar que ocupan los clientes internos, es decir, anterior a la idea maximizadora de los incentivos selectivos, la cercanía o lejanía con el mediador va a determinar el intercambio.

Aun así, es preciso recordar, la fuente de intercambio no es la misma la del cliente interno y la del cliente externo. El primero busca un intercambio a futuro (principalmente puestos de trabajo en la burocracia si el partido gana) y el segundo busca elementos inmediatos insertos en su vida cotidiana (despensas, desayunos, asesorías jurídicas, etcétera), por lo tanto, mientras que el cliente externo considera subjetivamente que el trato no es concluido dada la selectividad, el cliente interno no considera dicho reparto como el fin por alcanzar, ya que ellos buscan “algo más”:

Mis compañeros y yo buscamos trabajo. Claro nos dan que el apoyo alimentario [despensa], acceso a algunas cosas, pero nosotros vamos por el trabajo ¿no? Para eso, pues, los apoyamos (entrevista con Isabel, 28-2-2022).

A manera de recapitulación de la presente sección, las herramientas para el reparto y adhesión de clientes internos y externos se encuentran yuxtapuestas y no se desarrollan como lo esperaría la teoría y los conceptos analíticos en ella. La norma de reciprocidad, a diferencia de los incentivos, se puede identificar con mayor facilidad en los círculos internos, ya que la cercanía y el bien a intercambiar (puestos en la burocracia) requieren de construcciones valorativas recíprocas y aunque también se pueden desarrollar con círculos externos, sería más difícil.

Precisamente en relación con estos últimos, los incentivos selectivos son el ideal a aplicar, ya que consideran las necesidades (alimentarias, salariales, de servicios, etcétera) y el reparto se realiza del más necesitado al menos necesitado. Sin embargo, dichos intercambios suelen ser selectivos y primero se cubren los círculos internos (a pesar que su intercambio tiene horizontes futuros) y posteriormente los externos, por lo que las reciprocidades no pueden ser construidas y, por lo tanto, la incertidumbre se incrementa. De esta manera, las preguntas son ¿qué mecanismo existe para reducir la incertidumbre en las reciprocidades débiles? La respuesta se desarrolla en la siguiente sección.

3.3.2. Coerción en reciprocidades débiles

En primer lugar, los mecanismos de coerción más suscitados son aquellos que se basan en privar del bien o servicio al cliente. Dado que los clientes están necesitados, la herramienta de mediadores o patrones es poner en juego los bienes a intercambiar, ya que ellos saben la importancia que tienen para su clientela. Según los clientes entrevistados, si su mediador percibe que el trabajo que ellos esperan no se está cumpliendo tal cual, el intercambio

comienza a alentarse o retardarse, es decir, la expectativa de un cálculo moral pero ahora desde los mediadores:

Pues como tal castigo no, pero sí se ve molestan ¿no? obviamente sí se enojan y luego dejan de hablar porque hay gente que sí es muy aficionada y de corazón y sí te dejan de hablar, empiezan a quitar sus ... apoyos y así (entrevista con Selma, 21-2-2022).

Esto no quiere decir que la relación clientelar finalice, ya que para los mediadores es importante contar con clientes que los apoyen en las actividades políticas. Para esto, cabe señalar que el apoyo que el mediador espera no es únicamente dentro de la casilla, sino también necesita la presencia de los clientes en distintas formas de participación política, como acudir a mítines, participar en juntas del partido o apoyarlos en la administración de los propios círculos internos, es decir, un acompañamiento político (Vommaro y Quirós, 2011) (cuestión a profundizar en el siguiente capítulo). Así, los clientes no se sienten coaccionados tal cual a votar (de ahí viene la instrumentalidad e ilusionariedad), pero en el momento que sus mediadores se lo pidan, ellos necesitan atender y participar en distintas actividades propias de la relación clientelar.

En segundo lugar, se encuentran los mecanismos de coerción en tiempos de campañas electorales. Para esto se utiliza un método que saca provecho de las redes sociales y la tecnología. Los informantes mencionaron el uso constante de grupos de WhatsApp como medio de información en la relación clientelar; los mediadores entrevistados, tal como se señaló, mencionaron que mediante dicha herramienta ellos pueden conocer las necesidades de grupos o zonas más vulnerables y, de esta forma, trabajar con ellas, mientras que los clientes hicieron alusión a la herramienta como un medio con el que los mediadores les van diciendo qué actividades son en las que tienen que participar para recibir el apoyo prometido.

Esta forma de vigilancia es propia de las actividades cotidianas del partido, pero se incrementa en tiempos electorales. La intensificación en estos métodos se puede observar en grupos de

WhatsApp creados por clientes para atraer a clientes externos. Es decir, la modalidad para conseguir apoyo político durante los tiempos electorales no sólo conlleva tocar puertas, presentar la propuesta del partido y tratar de convencer a aquellos votantes indecisos, sino también los incluyen en un grupo de WhatsApp y, con ello, se encargan de ir vigilando la inclinación partidaria hacia el día de las elecciones:

En mi Grupo de WhatsApp nadie daba a sus demandas. Yo creo que es un ejercicio de coerción ¿no? O sea, lo que les importaba es que votaran por ellos. Y el ejercicio de generar esta situación de que votaran por ellos o de sus demandas, pues era a través de sus campañas políticas, porque en WhatsApp, en los grupos donde yo estaba y los que tenía, no había algo de a ver ¿qué es lo que ustedes quieren? digamos no, para nada (entrevista con Karina, 23-2-2022).

Con esto, los mediadores pueden tener como referencia cuántos posibles votos tienen asegurados y cuáles son inciertos. En relación con estos últimos, la coerción mediante los mencionados grupos se establece mediante la oferta del bien y servicio a intercambiar y la posibilidad de su goce o no después de los tiempos electorales, es decir “si nos apoyas la ayuda continúa, si no pues no” (entrevista con Isabel, 28-2-2022). Por tal motivo, la vigilancia por estos grupos digitales fortalece el contacto constante con los clientes, ya que tecleando unas cuantas líneas de texto pueden seguir inclinando la preferencia y disminuyendo la incertidumbre que la instrumentalidad trae consigo hacia los clientes.

Finalmente, la coerción se lleva a cabo incluso en los clientes con menor grado de incertidumbre (círculos internos). Esto conlleva el mantener en función la red clientelar, ya que los clientes internos se encargan constantemente de interactuar con posibles focos de nuevos votos y es, tal cual, una de sus labores principales. Esta labor puede ser llevada por determinadas personas con el fin de que participen en forma específica (incluyendo el sufragio) o mediante el uso ya mencionado de WhatsApp para su vigilancia; si

no cumplen con estas funciones, entonces el intercambio a futuro sería aún más incierto.

El día de las elecciones es el momento en el que dichas interacciones se incrementan, ya que aquellos clientes internos buscan que los externos concluyan su parte del trato y, de esa manera, todos hagan su labor. Por ende, las acciones de coerción van desde insistir por WhatsApp y recordarles que el voto es parte clave del trato, ir a las casas con los clientes inciertos para que vayan a votar o acompañar a las personas a la casilla ese mismo día. Con dichas labores, los clientes internos le proveen a su mediador mayor certidumbre de posibles votos al partido:

El día de las elecciones llevamos a nuestros grupos a su respectiva casilla, estuvimos vigilando la casilla hasta que terminara el conteo. Después, de llevarlos, con su respectiva distancia, les agradecemos y les recordamos los beneficios si el partido ganaba, las despensas se las dimos unas semanas antes. A nosotros nos dieron 1500 pesos y pues la comida del día, pero a los grupos de personas no se les da nada, sólo esas promesas a futuro y nosotros nos aseguramos de la mayor cantidad de votos (entrevista con Isabel, 28-2-2022).

Como consecuencia, en los clientes se encuentra la reducción en la incertidumbre dentro del trato a futuro. Cabe señalar que el bien de intercambio entre los distintos círculos variará, por lo que en el caso de los clientes internos la incertidumbre que los rodea es, en primer lugar, la que cargan con las personas a las que tratan de incluir en la relación clientelar y, en segundo lugar, hacia su propia relación y el destino en el que culminará su trato. Por ello, si el mediador observa que las labores del cliente cubren las expectativas, éste lo puede considerar para culminar su trato clientelar.

Por lo tanto, en ambientes inmersos de incertidumbre y con conclusiones de trato difusas, el trabajo arduo puede reducir, aunque no eliminar, la ilusionariedad. La gran cuestión es ¿por qué siguen presentándose estas relaciones si los intercambios son tan inciertos? La respuesta en términos generales se define en lo si-

guiente: necesidad. Dicho elemento es el punto de inicio y perduración de la relación clientelar, incluso a pesar de la incertidumbre y la posible coerción que pueda proveer.

3.4. Conclusión del capítulo

La tipificación del clientelismo político en Cuautitlán puede considerarse híbrido, aunque se apega con mayor fuerza a las características del clientelismo moderno. Aun así, salen a relucir elementos del clientelismo tradicional, los cuales son cruciales para la vigencia de este tipo de relaciones en el municipio. Las variables desarrolladas fueron las que mayor tendencia tuvieron en el análisis de la información y, además, están relacionadas entre sí con otros códigos que se trabajaron en el presente capítulo y otros que se desarrollarán en el siguiente.

En primer lugar, la acción social en las relaciones clientelares se apega a una acción social racional con arreglo a fines, aunque comparten características con la acción social racional con arreglo a valores y tradicional. La primera se refleja en la instrumentalidad del sentido mentado de los participantes, ya que cada uno de ellos carga necesidades que pretende resolver con el clientelismo político, es decir, un medio para un fin. Esto no quiere decir que se tejan únicamente relaciones instrumentales, ya que las expectativas del intercambio en su interior se basan en valores, los cuales no siempre son respetados o cumplidos; de hecho, la principal problemática entre los partícipes es el no cumplimiento recíproco, ya que esperan que tanto uno como el otro cumplan su parte del trato. Finalmente, la acción social cuenta con elementos tradicionales por su arraigo en las personas, son relaciones que se han hecho en el pasado y subsisten en el presente.

En segundo lugar, los círculos de clientes son herramientas analíticas con las cuales se pueden observar los distintos momentos de acción social. La tipificación clásica de Javier Auyero cooperó en el análisis, pero se pudieron encontrar elementos en adición.

Por un lado, se observó que los círculos externos pueden guiarse por un instrumentalismo más que por valores y afectos, esto a pesar de la cercanía con los mediadores; aun así los valores (como expectativas) cumplen la función reductora de incertidumbre (y al mismo tiempo fortalecedora de reciprocidad) de clientes a patrones, aunque no es el mismo caso en su presentación inversa, ya que la conclusión del trato para los clientes es incierta, motivo por el cual llegan a desvincularse de estos círculos.

Por otro lado, por consiguiente, los círculos externos evidencian de forma más fuerte la instrumentalidad moral, ya que en los clientes externos entrevistados los tratos inconclusos representaron una ruptura en las expectativas valorativas. Por lo tanto, su sentido se encuentra más alejado de valores y más apegado a la maximización de ganancias. La incertidumbre, además, está presente en todos los participantes, debido a que la instrumentalidad no genera reciprocidades en los clientes, mientras que los patrones, al no considerar el trato seguro, no se comprometen, al menos que ellos vean un trabajo político tal cual.

Finalmente, reciprocidades y coerción están vinculadas, ya que una trae como consecuencia la otra. En los casos trabajados, los mediadores ostentan reciprocidades débiles, ya que el trato no se llega a concluir y queda en la ilusionariedad; esto se puede deber a la forma en que se reparten los insumos a intercambiar, ya que su selectividad trae el descontento tanto de clientes internos como de clientes externos. Así, en los clientes, las reciprocidades varían según el círculo de mediadores (los internos más recíprocos que los externos) y el bien a intercambiar; la coerción aparece como una herramienta para reducir la incertidumbre en los círculos externos, pero ésta la llevan a cabo clientes internos, los cuales igualmente son coaccionados al pedirles dicha labor política en la que, cabe señalar, los enlaces de comunicación son cruciales.

Con lo anterior se puede decir que el clientelismo suscitado en Cuautitlán es una hibridación entre los tipos ideales modernos y tradicionales, aunque se adscribe en mayor medida al primero.

Lo que aún queda pendiente es su relación con la democracia, es decir, ¿qué consecuencias produce el clientelismo político moderno con tintes tradicionales en elementos de la democracia? A dicha cuestión se le dará respuesta en el siguiente y último capítulo.

**Capítulo 4. Clientelismo moderno
con tintes tradicionales y la
democracia de Cuautitlán
(2018-2021)**

EL CLIENTELISMO EN CUAUTITLÁN se ha definido como moderno con tintes tradicionales, según el contraste empírico que se realizó. La cuestión restante es ¿qué consecuencias trae consigo esa forma de clientelismo en la democracia del municipio? Si bien la propuesta hipotética se apega a la convivencia y cooperación entre clientelismo y democracia, lo cierto es que esto no se exenta de poder conformarse en torno a elementos tanto de clientelismo moderno como clientelismo tradicional.

Por lo tanto, el objetivo de este último capítulo es explicar las consecuencias de la estructura del clientelismo político en la participación, la rendición de cuentas y la legitimidad política de Cuautitlán México, en el periodo 2018-2021. Se eligieron dichos elementos, desde el marco teórico, porque, por un lado, evidencian las reglas institucionales de Munck (2002) y, además, pueden verse reflejados elementos de la poliarquía de Dahl (1999). Aun así, el concepto rector de dichas dimensiones será el clientelismo político de manera relacional en conjunto con los procesos de la democracia.

El capítulo, por ende, se divide de la siguiente manera: en el primer apartado se desarrolla la dimensión de competencia partidaria como elemento vinculante entre lo cuantitativo y lo cualitativo en cuanto la explicación de clientelismo y democracia, en el cual se hará énfasis en conceptos relacionados como *sistema de partidos* y *legitimidad*; en el segundo apartado se trata la participación en su forma convencional o no convencional expresada

en el clientelismo político de Cuautitlán, que se ve permeada por el clientelismo de forma tanto cooperativa como en obstrucción. Finalmente, se trabajará con la rendición de cuentas como la categoría democrática que se evidenció con mayor vinculación con el clientelismo político, para esto se subdivide en evaluación entre clientes y mediadores, cuya información es un punto central. Al final se hace una reflexión que vincula la explicación hacia las conclusiones generales.

4.1. Competencia partidaria y legitimidad: aspectos débiles en el juego clientelar de Cuautitlán

Un sistema partidario competitivo es uno de los indicadores de la democracia, ya que cada partido y sus líderes pueden competir en elecciones periódicas (Munck, 2002). En Cuautitlán, el número efectivo de partidos puede mostrar la estructura y competencia que su sistema partidario desarrolla; asimismo, evidencia el uso del clientelismo político como insumo de su funcionamiento. Sin embargo, en una relación de dominación entre clientes, mediadores y patrones, los primeros no acatan la figura de autoridad en la relación de dominación, sino que ésta se establece por constelación de intereses, por lo que el mismo clientelismo político es el protagonista de intermediación entre las estrategias de competencia partidaria y la legitimidad en la autoridad.

A continuación, se muestra la relación entre la estructura y la competencia del sistema de partidos de Cuautitlán y la legitimidad de sus participantes a las estructuras partidarias. Cabe señalar que por dominación se seguirá la definición de la teoría weberiana como herramienta conceptual para indagar la relación entre clientelismo político, competencia y democracia. Aun así, se comenzará de lo particular a lo general, es decir, desde la delimitación de la competencia partidaria en Cuautitlán, pasando por el tema de la legitimidad, y se culminará con la delimitación del clientelismo político en relación con los dos conceptos anteriores.

4.1.1. Competencia partidaria en partidos del sistema partidario en Cuautitlán

El sistema partidario en el municipio se puede analizar en función de las dos dimensiones conceptuales que se propusieron en el marco teórico. Por un lado, la estructura del sistema partidario, siguiendo el enfoque morfológico, se define al delimitar los partidos importantes en el sistema, ya que éstos son las principales fuentes de competencia al momento de las elecciones y los restantes serán aquellos complementarios o intrascendentes en dicho conjunto (Duverger, 1957; Bartolini, 1996). Por otra parte, la segunda dimensión es la competencia, la cual es un elemento esencial en las instituciones poliárquicas de Dahl (1992) y en las reglas procedimentales del régimen político de Munck (2002), debido a que en ella se expresa la posibilidad de ver reflejadas las preferencias ciudadanas al momento de elegir entre una gama de líderes políticos.

Un primer referente de análisis para la estructura y competencia se puede delimitar desde un enfoque cuantitativo. Al calcular el número efectivo de partidos, tal como se hizo con periodos anteriores en el capítulo 2, lo que se tiene es una fragmentación en los partidos importantes en el sistema partidario de Cuautitlán, esto sin contar los votos a candidatos independientes. Aun así, desde la perspectiva de Duverger (1960) y Bartolini (1996), tal como se puede ver en el cuadro 5, los partidos que se pueden considerar grandes son Morena y PRI, ya que su fuerza electoral es superior al resto, de los cuales el PAN, el PVEM y el PES serían partidos medianos que funcionan como complementarios a los primeros y así poder ganar elecciones, mientras que el resto se pueden considerar partidos chicos, ya que son intrascendentes electoralmente hablando.

Cuadro 5.
Porcentaje de votos (únicamente a partidos) y número efectivo de partidos (elecciones para la Presidencia Municipal de Cuautitlán, 2021)

Partido	Votos	%
Morena	13 492	34.34
PRI	11 928	30.36
PAN	4991	12.70
PVEM	3118	7.93
PES	2438	6.20
MC	965	2.46
NA	705	1.79
PT	652	1.66
PRD	559	1.42
PSP	447	1.14
Total	39 295	100

Partidos efectivos 4.2

Fuente: Elaboración propia con datos de IEM resultados de los cómputos Distritales y municipales (2021).

Nota: En la tabla sólo se muestra el porcentaje de votos a partidos y se omitieron los votos a candidatos independientes.

Por parte de la competencia, se puede ver que el margen de victoria a nivel partidario (así como por coalición, tal como se señaló en el capítulo 2) es reducido. Regresando a Cleary (2003), un margen de victoria estrecho puede indicar cuantitativamente la competencia partidaria, hecho que en Cuautitlán refleja la competencia de los dos partidos grandes. Sin embargo, el análisis cuantitativo, con las herramientas que se están utilizando,

muestra una parte de la complejidad del sistema partidario del municipio, por lo que un esbozo cualitativo, por la profundidad del enfoque, puede complementar el análisis de la estructura y competencia del sistema partidario y, además, las dimensiones específicas de los partidos que lo incluyen, tales como la integración y las demandas.

El análisis dentro del sistema partidario puede ampliarse si se dirige hacia un enfoque cualitativo (Sartori, 1976; Bartolini, 1996). El clientelismo político puede funcionar como indicador al momento de observar la estructura y la competencia. En las entrevistas que se realizaron puede observarse que los partidos grandes, los cuales electoramente son más fuertes, son los protagonistas en las narrativas de los participantes. Por parte de los clientes, sus respuestas siempre estuvieron vinculadas a definir los papeles en el partido al que pertenecen, excluyendo el hecho de que éstos a su vez pertenecieron a coaliciones (en específico Morena y el PRI).

Ejemplos de esto se reflejan en las vivencias de Isabel y Karina, quienes observaron que los partidos con los que trabajaron (PRI y Morena, respectivamente) comandaban la coalición complementada por partidos medianos y chicos. La primera definió la coalición como el instrumento que determinó las elecciones de 2021, aunque con hegemonía priista y muy en segundo término panista, con la que siguieron incluso al momento de llegar al ayuntamiento. Mientras que la segunda comparte con Karina, pero desde el PRI, que las coaliciones fueron elementos determinantes en los resultados de las elecciones, aunque el partido que abanderaba y, muchas veces, por el que los electores definían su voto fue el partido grande que la comandó:

Siempre tuvimos miedo. La elección de 2018 dejó con muchas dudas al PRI, entonces se comenzaron a aliar y comenzamos a trabajar. Algo que benefició [a la coalición] también fueron los conflictos de Morena en ayuntamiento y con las personas, ya que de ahí aprovechamos que la gente estaba inconforme y que tenía pasado con el partido [PRI]. Creo que la presencia del partido fue

determinante, además de la ayuda principalmente del PAN y [sin embargo] ahora en el gobierno eso causa algo de conflictos (entrevista con Isabel, 28-2-2022).

Así, un elemento crucial para la victoria de la coalición PRI-PAN-PRD fueron los votos que el PAN pudo proveer. La consecuencia fue que el PRI comandó el reparto de puestos de trabajo en el ayuntamiento (el insumo de intercambio entre los círculos internos), los cuales son distribuidos de mayor a menor número y jerarquía dependiendo de la fuerza electoral con que cada partido haya cooperado. El más afectado fue el PRD, ya que su poco más de 1 % de los votos no fue determinante en comparación con el PAN que obtuvo más de 10 % de la elección. Dichos resultados se evidencian al interior del ayuntamiento, ya que, tal como se señaló en el capítulo anterior, los tratos clientelares entre los miembros de la coalición han sido dispares, a tal punto que el mediador del PRD consideró la coalición como un error que repercutió en los resultados electorales:

Nosotros lo que hicimos fue ajustarnos a una decisión nacional, es decir, a ir a la coalición aun cuando como bien ... nuestras ideologías no lo permitieran. Es un error grave del PRD incluso a nivel nacional que lo estamos pagando con creces porque ... ¿cuál fue la reacción de la gente? Pues ésa, nos castigó con el voto. En este momento el partido se encuentra en una situación muy difícil, no solamente a nivel municipal sino a nivel nacional donde la votación nos está permitiendo sobrevivir ... La coalición no es benéfica para el partido, es un hecho. Actualmente, a nivel de dirigencia nacional nos siguen manteniendo la misma posición de continuar con la coalición, pero nosotros decimos que no (entrevista con Juan, 26-1-2022).

A pesar de ello, los partidos del sistema partidario llegan a ser vehículos de integración y demandas al sistema político (Fischer-Bollin, 2013). El clientelismo aparece como herramienta de ambos elementos, debido a su uso para adherir electores, quienes, al estar en la relación clientelar, llegan a expresar demandas a los

partidos políticos dentro o fuera del poder. Sin embargo, a pesar de ambas características, las demandas son raramente resueltas o se reducen a intercambios contruidos a criterio de los mediadores o patrones. El caso de Selma ejemplifica el malestar de los clientes que están integrados al sistema político, realizan demandas y no son resueltas:

Nosotros llevamos como dos años pidiendo que arreglen la cerca y el alumbrado de la unidad ... ahí juegan los niños, pero no nos han respondido. Metimos oficios, fuimos al municipio con ella [la mediadora]. Pero no fueran las viejas que andan ahí porque a ellas les resuelven rápido. Lo malo de salirse de esas cosas (entrevista con Selma, 21-2-2022).

Así, la incertidumbre en el trato y los repartos selectivos (los cuales distan de ser incentivos selectivos)¹ opacan las funciones ideales de los partidos políticos, aumentando la percepción antipartidista cultural en los electores. Esto no quiere decir que el clientelismo político sea una patología, ya que el hecho de proveer integración y la generación de demandas se podría colocar como una herramienta compatible con la democracia. Sin embargo, los rezagos tradicionales clientelares perjudican en su accionar y proyección de cooperación con la democracia. A pesar de ello, las dimensiones de la tipología moderna salen a relucir en mayor medida.

4.1.2. Dominación por constelación de intereses: legitimidad en la integración al sistema político sin creencia en la autoridad

Como se señaló en el capítulo anterior, una de las características más recurrentes, y por lo tanto saturadas en el análisis, fue la maxi-

¹ Cabe recordar que la herramienta de incentivos selectivos se basa en proveer el intercambio clientelar de forma gradual empezando con los más necesitados (Stokes, 2009). Sin embargo, el intercambio selectivo de los mediadores tiene como principal criterio la cercanía de éstos con sus clientes, dejando tratos inconclusos y, además, generando más incertidumbre.

mización de ganancias, arraigada en la acción social racional con arreglo a fines. Al tomarla como tipificación ideal (conceptos analíticos), dicha categoría no cubrió la totalidad de la estructura social del clientelismo político en Cuautitlán, ya que la acción tradicional y racional con arreglo a valores convivieron, aunque en menor medida, con la tipificación principal. De dichos hallazgos se concluyó que el clientelismo político que se está analizando cuenta con elementos modernos y se complementa con tradicionales.

Aunado a la competencia y estructura del sistema partidario del municipio, la cual llega a emerger desde el clientelismo político, la legitimidad delimita cómo es la relación asimétrica jerárquica en las relaciones clientelares. Es decir, qué características ostenta su dominación y por qué obedecen o no el mandato de la figura de autoridad. Regresando al esbozo teórico, el clientelismo tradicional se fundaría desde una dominación valorativa, tradicional y afectiva mayormente, mientras que el moderno se condensa desde una dominación valorativa y por constelación de intereses.²

Hablar de dominación legítima inserta a los actores sociales en la relación clientelar con consecuencias de aceptarla o rechazarla, en la que la creencia en la figura de autoridad es el punto clave. Recordando a Corzo (2002), los actores en el clientelismo político pueden legitimar o deslegitimar a los gobiernos que estén en función, es decir, a sus mediadores o patrones al alcanzar su objetivo de ganar las elecciones; mientras de Schaffer y Schedler (2009) señalan que las subjetividades en las relaciones clientelares derivan en evaluaciones positivas o negativas de las figuras con mayor peso jerárquico.

En primer lugar, la dominación carismática, se encuentra presente, pero fue mínimamente referenciada en el trabajo de campo. Cabe recordar que dicho tipo ideal se basa en la creencia de habilidades especiales de la figura de autoridad. En el con-

² Como recordatorio del capítulo 1, cada tipo ideal de dominación se adscribe a tipos ideales de acción social, por lo tanto, las dominaciones mencionadas se insertan en sentidos particulares en la acción social de los individuos.

texto de Cuautitlán, la referencia a ésta se hizo presente al hacer alusión al ex presidente municipal Ariel Juárez. Karina, trabajó dos años en el gobierno con el mandatario, con lo cual ella pudo percibir que las personas legitimaban su figura de autoridad por sus acciones que consideraban bondadosas, las cuales se reducían a repartos y resolución de favores a personas que lo pidieran:

Esta asistencia [se observaba] para asegurar los votos, querían empezar a trabajar para asegurar votos. Me tocó ver muchísimo afuera del Ayuntamiento, que se paraba en el balcón, fuera de la Oficina de Ariel. Y ahí le gritaban: “¡Ariel, Ariel!”. Y salía bien enojado como siempre, y decía: “¡¿Qué quieres? ¿Qué quieres?!” [y le decían] “No es que no tengo dinero para el medicamento de mi hijo, de mi hija” [él respondía]: “¡ay! sube, que te den \$1,500 o 2000” y así los apoyaba también ... Se la pasaba dando dinero, como pasa, como si se le se dedicaba a dar dinero y su secretaria personal, este, apuntaba los nombres (entrevista con Karina, 23-2-2022).

Lo anterior, no se debe dejar de lado, fue lo que observó Karina, ya que de ahí en fuera no se obtuvieron vivencias tal cual como ella las describe. Más bien la mayor parte de los comentarios en cuanto a afectos fueron negativos en relación con las figuras de autoridad, esto a pesar de una amistad inicial. El concepto de dominación carismática ayuda a delimitar esas relaciones entre ostentadores desiguales de poder político, pero puede quedar corto al delimitar esa ruptura en la relación clientelar que se observa en las críticas negativas que tuvo la dimensión afectiva (Pitt-Rivers, 1971).

En segundo lugar, la dominación tradicional se vincula con la acción social tradicional, es decir, un accionar en el que el sentido mantiene inmerso un pasado arraigado y, en el caso de la dominación, la legitimidad se funda por la creencia de ese pasado. Se mencionó anteriormente que el clientelismo en Cuautitlán mantiene elementos tradicionales, debido al desarrollo de dichas relaciones durante un tiempo prolongado que se proyectan hasta la actualidad. Aun así, al hablar de relaciones de dominación, los

clientes no hicieron alusión a un pasado que legitimara esa figura de autoridad y la aceptación del mandato, pero en la estructura interna política, viejos políticos siguen siendo pilares en el ascenso de nuevos:

Que no se le olvide a Ariel quién fue su padrino [en referencia a Santos Covarrubias]. El día de las elecciones [de 2018] después de saber que ganó fue a verlo. Tengo fotos en donde está con la misma camisa que el evento de campaña. Esas fotos sólo las tengo yo y si me quiere decir algo le digo que aquí tengo las fotos (entrevista con Mario, 14-1-2022).

En tercer lugar, la dominación burocrática se basa en la creencia de valores legales positivos representados en leyes y se encuentra adscrita a la acción social racional con arreglo a valores. En el marco teórico, y de hecho en análisis de clientelismo político con un trasfondo weberiano, este tipo de acción social se establece tal cual como valores burocráticos que legitiman la dominación de los patrones y mediadores en un clientelismo del mismo nombre; o, en su caso, por valores no escritos pero dirigidos por el sentido mentado para el actuar social. Ambas son expectativas de cómo se debe de hacer o comportar y los dos fueron hallados en las vivencias de los clientes.

Como ejemplo del primer caso se puede traer a Miguel, ya que la llegada de Morena al poder en 2018 generó que su mediador fuera instalado en la burocracia y fue mermando su relación, se fue alejando a tal punto de no concluir su trato clientelar. Como ejemplo del segundo se puede mencionar a Isabel, quien sigue a espera de su puesto en la burocracia, pero ella siempre expresó que la reciprocidad que construyó espera que sea retribuida, es decir, a ella la condujeron valores, pero, en simultáneo, tiene expectativas de esos valores en cuanto su figura de dominación:

La relación fue cercana [hacia ellos]. Trabajamos juntos y logramos conseguir apoyo. Lo colocan [a su mediador] en el ayuntamiento y es un elemento extra para estar a su servicio. La cosa se puso difícil al no tener eso que buscamos [el puesto de trabajo

acordado]. Se desvinculó de muchos de nosotros, tal vez porque no pudo pagar el favor a todos, no lo sé, o a lo mejor porque el mismo puesto le impide estar con su gente. Pero repito, no hubiera habido problema en seguir trabajando con él, al final él ya estaba dentro y cada uno tenía su lugar (entrevista con Miguel, 25-2-2022).

Si me piden algo, tengo que cumplirlo, por la lealtad y gratitud que a ellos les gusta ver en nosotros. Tenemos presente eso y el ser de esa manera esperamos que sea recompensado (entrevista con Isabel, 28-2-2022).

Lo anterior delimita que la dominación de ambos clientes se construyó en función de la creencia de valores expresados en expectativas. De lado de Miguel, la creencia de la figura de dominación se fundó a partir del arribo de su mediador a la burocracia, pero su descontento fue que incluso esos estatutos normativos-valorativos burocráticos fueron los causantes de su distanciamiento. Y, en un caso parecido, Isabel mantiene sus valores construidos como una forma de conducción y expectativas en la relación clientelar y tiene en mente que su mediador le va a retribuir esa lealtad y reciprocidad. Aun así, estos tipos de acción social y de dominación no fueron los imperantes, sino sus formas más instrumentales.

Por lo tanto, y de manera final en cuanto a la dominación en el clientelismo de Cuautitlán, las entrevistas lanzaron gran recurrencia en lo que se puede asemejar a una dominación por constelación de intereses. Cabe recordar que la acción social a la que está adscrita es la acción social racional con arreglo a fines, la cual fue la de mayor saturación en su ramo; es decir, la dominación por constelación de intereses no se funda en una creencia hacia la figura de autoridad, sino que utiliza la relación de dominación de manera instrumental como un medio para conseguir un fin (Auyero, 2000). Como ejemplos se pueden traer las vivencias de los participantes en cuanto al uso maximizador de ganancias del clientelismo político, pero de manera particular en cuanto a dominación, el testimonio de Mario puede ejemplificarlo precisamente:

La gente va por obtener algo a cambio. Te pongo un ejemplo: si en este momento tú y yo salimos a las casas de aquí alrededor y a pedir apoyo, aunque me conozcan no lo dan al menos que ofrezcamos algo. Si llegamos: “buenas tardes venimos a pedir su apoyo a cambio de algo” cambia la cosa, por ejemplo, pavimentación, por ejemplo, el problema de la instalación de agua. Ahí es en donde las personas apoyan, participan (entrevista con Mario, 14-1-2022).

Es decir, los clientes con los que ha trabajado el mediador no le han obedecido por sus habilidades, ni por valores o afectos, sino por el intercambio tal cual. La maximización de ganancias, reciprocidad débil y la incertidumbre que carga como consecuencia se expresan en la dominación más suscitada en el clientelismo que se observó en Cuautitlán. Del lado de los clientes, la narrativa de Miguel expresa en unas cuantas líneas dicha interrelación de causas y sus consecuencias que Mario comentó:

En pocas palabras, me salí [de la relación en Morena] por esperar y no ser retribuido. Ahora estoy con otras personas trabajando, tal vez menos relacionados, pero si ellos me hacen lo mismo, entonces me salgo también. Cada uno estamos por algo, si no lo conseguimos nos vamos, mientras pues lo que se vaya obtenido con el trabajo con ellos es bueno, pero lo que buscamos muchos es algo más grande (entrevista con Miguel, 25-2-2022).

De esa forma sale de nuevo a relucir lo valorativo como esa expectativa del otro en el cálculo moral (Vommaro y Quirós, 2011). A pesar la adscripción instrumental pura de la dominación planteada, lo cierto es que los valores se hacen presentes por la expectativa del actuar del otro; en el caso del clientelismo de Cuautitlán, la gran expectativa por parte de los clientes es un trato exitoso, es decir, confiar en sus mediadores y ser retribuidos. La dominación por constelación de intereses sigue, pero la fortalece dicha carga valorativa.

En síntesis, la competencia partidaria se puede visualizar en la estructura y formas de competencia de los partidos en sistema

de partidos. El clientelismo puede generar integración, demandas y ser parte de esa competencia, sin embargo, no coopera a plenitud con esos elementos y, por ende, con la democracia. Una manera de explicar esta brecha entre clientelismo y democracia es la legitimidad inmersa en la dominación, ya que las relaciones de dominación se establecen en mayor medida desde una forma instrumental y la principal consecuencia es la conducción débil de valores democráticos en la competencia y legitimidad política. La pregunta es ¿cómo conviven democracia y clientelismo político en otras dimensiones democráticas? La respuesta se presenta a continuación.

4.2. Participación convencional derivada en sufragio y el clientelismo de Cuautitlán

Para Robert Dahl (1992) la participación es una pieza clave para el funcionamiento de las instituciones poliárquicas. Desde esta postura, la participación política puede verse desde distintas formas, las cuales van desde la participación bajo los parámetros institucionales (llamada convencional) hasta la que sobrepasa dichos márgenes (no convencional). Por ello, para hablar de democracia se necesita delimitar herramientas para observar sus distintos tipos de presentación, las cuales tienen como fin influir en el sistema político.

En Cuautitlán, se pueden observar distintas formas de participación, sin embargo, la convencional fue la que sobresalió en las vivencias de los entrevistados. El clientelismo se observa en la vida cotidiana con la participación, aunque se refuerza en tiempos electorales. Aun así, el problema de las demandas inconclusas, que se observa en el sistema de partidos que ya se trató, se puede notar en la relación clientelismo-democracia, derivando en el sufragio como la participación por excelencia; dichos elementos se tratan a continuación.

4.2.1. De las acciones cotidianas a las electorales

El clientelismo político se estructura desde su forma electoral cuando se desarrolla en tiempos de comicios, con lo que se evidencia su principal uso, es decir, conseguir votos y ganar elecciones (Corzo, 2002). Aun así, reducir estas relaciones a tiempos electorales sería ignorar el trabajo político que va más allá de estos tiempos, ya que el clientelismo es un medio para conseguir insumos que cooperen para sobrevivir en la vida cotidiana, debido a que las necesidades están presentes en todo momento. En el caso de Cuautitlán, la participación convencional fue la que se evidenció en las relaciones clientelares; así, las actividades comunitarias cotidianas integran a los clientes para que en tiempos de elecciones se refleje en las votaciones.

Como señalan Vommaro y Quirós (2011), el acompañamiento, es decir, el trabajo para los mediadores y patrones en las actividades comunitarias son cruciales, ya que con éstas tejen redes ciudadanas de intercambios, las cuales deberían de perdurar hasta el tiempo de elecciones. Para los cuatro mediadores (que recordemos tienen papeles multifacéticos) la redes que van tejiendo en tiempos cotidianos son medios para alcanzar fines electorales. Sin embargo, dicha instrumentalidad también deriva en tratos inconclusos y reciprocidades débiles en los participantes.

El caso del PRD combina, por un lado, el uso de redes cotidianas y, por otro, la falta de reciprocidad de los clientes, a pesar de ser internos. El resto de los mediadores entrevistados argumentaron que dichas redes son para integrar a electores indecisos a las filas del partido. Por ejemplo, Lorenzo mencionó que las redes son parte de las partidarias que él dirige, aunque nunca aceptó su uso para conseguir votos. Por su parte José y Juan siempre admitieron que las actividades cotidianas son cruciales en el funcionamiento del partido y que, según sus cálculos, el apoyo se ha reflejado en los votos conseguidos.

Así, el acompañamiento de los clientes con los mediadores se funda en una instrumentalidad moral. Por un lado, los me-

diadores calculan costos y beneficios del uso de estas actividades cotidianas como un medio para alcanzar votos y, por otro lado, mantienen expectativas del comportamiento del otro, es decir, de los clientes. El cálculo moral, por ende, se realiza de una forma semejante por los mediadores y clientes.

En las experiencias de los clientes puede observarse el vínculo de clientelismo político y participación en acompañamiento de actividades cotidianas. Todos los clientes entrevistados mencionaron que los intercambios se realizan en eventos en los que les piden que participen. Karina mencionó que, en el gobierno de Ariel Juárez, se fueron tejiendo relaciones de intercambio y los eventos públicos fueron cruciales para esto, ya que en éstos el ex presidente municipal repartía lo que muchas veces la gente le pedía. Aun así, las fracturas al interior de Morena derivaron en distintas vertientes de líderes políticos.

Hubo [en el periodo 2018-2021] muchos programas en los que el Ayuntamiento iba a tu localidad ... y daba asistencia médica, cortes de cabello, recuperaba espacios públicos ¿A qué me refiero? Barría tu espacio. Llegaba a pintar con algún grafiti que se encargaba juventud esta, te daba asesoramiento legal tanto por el Instituto de la Mujer como por la instancia jurídica. Entonces, constantemente tú veías en eventos ... gente (entrevista con Karina, 23-2-2022).

En el caso de la coalición, los eventos los comandó el PRI y sus arraigadas maneras de conseguir electores. Isabel menciona que las actividades cotidianas son esenciales para la función del partido, ya que en éstas ofertan bienes y servicios para intercambiar entre círculos internos y externos. Aunque, los intercambios al momento se realizan entre los clientes internos, mientras que con los externos los intercambios se construyen como una expectativa a futuro. Eso mismo menciona Rosario, quien delimitó los intercambios como selectivos únicamente entre los clientes internos que cumplan con determinados requisitos.

Así, el acompañamiento en las actividades cotidianas que se presentan, como eventos políticos, tratan de reforzar las reciprocidades del cliente y además son fuentes de vigilancia en los momentos cotidianos y en las campañas electorales. Como menciona Mario, los apoyos en tiempos cotidianos se necesitan llevar a cabo constantemente, ya que sin ellos las personas no podrán creer en el proyecto partidista. Para él, una de las principales deficiencias en los militantes de Morena de las elecciones de 2021 fue el trabajo precario en actividades cotidianas y esto se reflejó al momento de las votaciones:

Un problema grave es que los [militantes] de Morena ... sintieron que ya tenían todo, se sintieron en el cielo. Se dedicaron por tres años a presumir sus puestos. No basta con decir y alzarse “soy de Morena”, necesitan brindar apoyo diario, llegar con la gente y decir “¿qué le hace falta? ¿Qué necesitan?”. La gente ve mucho esos apoyos diarios (entrevistas con Mario, 14-1-2022).

Como se mencionó, el clientelismo político se activa de mayor manera en tiempos electorales. Así la participación en las actividades cotidianas se necesita intensificar; como consecuencia, los círculos internos participan en eventos, pero a la vez tienen el papel de integrar a clientes externos. Es decir, el clientelismo cotidiano, con eventos políticos, se lleva a cabo para tratar de reducir la incertidumbre de los votantes indecisos (círculos externos). Por lo tanto, la vigilancia se funda en realizar eventos el día de las elecciones y con ello reafirmar y vigilar el trato clientelar (Hagene, 2015).

La experiencia de Carol, Isabel y Karina en las últimas elecciones pueden ejemplificar el trabajo arduo en las elecciones, el cual tiene como objetivo ese intercambio a futuro. Dicha característica la comparten las tres clientas internas, a pesar de que Isabel es del PRI, mientras que las otras dos son de Morena. Por lo tanto, los partidos activan dicha participación en tiempos electorales, la cual necesita involucrar a los clientes externos y que todo ello se vea reflejado en las elecciones.

De esa manera, la participación convencional fue la que consiguió un grado de saturación considerable (anexo metodológico). El clientelismo político activa la participación en tiempos cotidianos y se refuerza en momentos cercanos previos a las elecciones, en las que el voto resume y vincula las formas de participación. Por ello, las relaciones clientelares tejen vínculos entre la parte institucional del sistema político y la ciudadanía al integrarlos; el resultado se puede evidenciar no únicamente en el sufragio, sino durante los tiempos electorales y no electorales, ya que los actores siguen participando en campañas, eventos multitudinarios, actividades comunitarias.

En cuanto a la participación no convencional, es decir, aquellas maneras de influir en el sistema político fuera de los parámetros institucionales, se hallaron menos elementos a considerar que la convencional. Para Auyero, Lapegna y Page (2008) el clientelismo puede activar acción colectiva violenta comandada por los patrones o mediadores. Tal elemento se vio reflejado en las disputas violentas de los militantes de Morena en la facción de Ariel Juárez frente a los de la facción de Juana Carrillo.

Los tres entrevistados de Morena hicieron alusión a dichos eventos y recalcaron que las movilizaciones fueron comandadas por Ariel Juárez y se debió a la fractura interna del partido previo a la elección de 2021. Mario hizo alusión a esto debido al recuerdo que tiene de Ariel Juárez, a quien considera un político que no se sabe ganar a gente externa a su entorno. Mientras que Karina también mencionó los sucesos y aunque ella nunca confirmó su veracidad, lo cierto es que en determinado momento de la entrevista ella deduce que al final el único sospechoso es Ariel Juárez.

Estos grupos de choque que salieron para que la gente no votara y yo estoy segura y tal vez esté exagerando, pero pues siento que tuvo algo que ver ahí Ariel Juárez junto con estos tres partidos ... que estaban en alianza, pero tal vez esté pecando de mentiras y de chismosa, pero como conocí a Ariel Juárez de muy muy de cerca y cómo era, no tengo duda (entrevista con Karina, 23-2-2022).

Así, las intimidaciones violentas reflejan las formas de movilización que los actores clientelares pueden llevar a cabo. En cuanto a las definiciones típicas ideales que se pueden recuperar, se pueden vincular la participación no convencional que se expresa en actos violentos y, también, como aquella participación en la que los ciudadanos realizan determinados actos comandados por terceros. De esa forma, lo convencional y no convencional convergieron en el proceso electoral. Sin embargo, la participación como influencia requiere de demandas ciudadanas, por lo que dichos elementos son la parte que complementa lo escrito anteriormente.

4.2.2. Demandas comunitarias e individuales expresadas sin éxito

Regresando a la definición de poliarquía, Dahl (1992) menciona que en este tipo de régimen político las demandas ciudadanas se toman en cuenta por igual para su procesamiento. Mientras que Linz y Stephan (1996) colocan a la sociedad civil y política como dos elementos que indicarían una consolidación en la transición democrática y en ellas se expresan las dos partes a vincularse al momento de las transacciones entre sistema político y sistema social. Por ello, Almond (1965) delimita que el sistema político necesita determinadas capacidades para procesar de distintas formas las demandas ciudadanas.

El clientelismo político no frena la recepción de demandas, sino que puede coadyuvar a la integración de demandas entre ciudadanos y sistema político (Ramos López, 2019). En el caso de Cuautitlán, las demandas estuvieron presentes, sin embargo, la recepción y el procesamiento de éstas en respuestas muchas veces no se cumplió, ya que (como se mencionó en el capítulo anterior) los repartos llegan a ser selectivos y, además, según el círculo de mediadores del que se hable la respuesta a demandas se hace presente.

El caso de Isabel ejemplifica, por un lado, demandas comunitarias resueltas por el gobierno de la coalición hacia las peticiones que su círculo interno le expresó a su mediador. Cabe

recordar que Isabel está en espera de respuesta para un puesto en la burocracia, aun así, dicha demanda y respuesta individual queda al margen, ya que la respuesta a la demanda de la comunidad fue resuelta. De igual manera, Antonia comentó que ha observado mejoras y trabajo en algunos servicios comunitarios:

Un aspecto que te puedo decir se cumplió fueron las cosas [servicios] que se le pidió al partido. Desde el primer día de gobierno cortaron el pasto, vinieron a meterle algunas cosas a la instalación de agua potable, las patrullas pasan más frecuente. [Sin embargo] quienes estamos esperando nuestra recompensa somos los que apoyamos [al partido] en campaña para darles votos (entrevista con Isabel, 28-2-2022).

Sí, vi algo que están haciendo. Están ... limpiando, cortando el pasto de muchas partes y barriendo las calles y demás ... Ahora sí empezaron con el pie derecho, bueno, creo que así empiezan todos, ¿verdad? Pero pues esperemos que sigan [de esa manera] (entrevista con Antonia, 17-2-2022).

Otro ejemplo de demandas cumplidas exitosamente, pero ahora con un cliente externo, es el caso de Pedro. Aunque se necesita matizar que al final la Organización de Comerciantes de Cuautitlán siempre termina logrando que se cumplan sus demandas (es decir, el partido en el gobierno termina dándoles las condiciones para desarrollar sus actividades), pero en el contexto de 2021, es crucial señalar el descuido de Ariel Juárez hacia los clientes comerciantes en su periodo. Además, la entrevista hizo énfasis al trato clientelar llevado a cabo con todos los partidos y candidatos, es decir, las demandas fueron realizadas en tiempos electorales, pero su respuesta se efectuaría con el partido que llega al gobierno, en la cual se puede notar también apoyo político por parte de los comerciantes durante el periodo del gobierno, esto es indistinto al partido gobernante:

Tenemos que inclinarnos en su momento por el candidato que realmente nos ofrecen las garantías de trabajo, es muy indispensable, muy primordial que el candidato que también tenga ese com-

promiso dedicarlo a organización, es como nosotros, también determinamos, pues también nosotros a la vez pedimos algo: la estabilidad de los puestos, la estabilidad de nuestro trabajo, pero pues no tenemos ningún compromiso con ningún partido, nada (entrevista con Pedro, 20-2-2022).

Lo anterior expresa que los círculos internos tienen una mayor respuesta de demandas a sus problemáticas, ya que su cercanía con los mediadores provee que éstos hagan selección de sus demandas principalmente. El caso del círculo externo, es decir los comerciantes, debe tomarse como particular, ya que sus interacciones son distintas al resto de los círculos analizados, pero a la vez se puede ver que la cercanía de la organización repercute en la respuesta a sus demandas de forma eficaz.

En cuanto a las demandas no resueltas, se pueden ordenar, por un lado, en demandas meramente individuales de círculos internos y externos y, por otro, demandas comunitarias de círculos externos. En ambas se expresa la ilusionariedad del clientelismo político, así como el uso selectivo de bienes y servicios escasos en el intercambio, aunque cabe señalar que las demandas individuales de clientes internos, cómo ya se mencionó, es más probable que se concreten. Por el lado de las demandas comunitarias externas, es importante señalar que los círculos externos las expresan a los clientes con los que inician la relación clientelar, por lo que esa lejanía con el mediador propicia un alejamiento hacia la conclusión clientelar a futuro.

Es aquí que aparece el cálculo moral (que servirá como insumo de rendición de cuentas), ya que esos tratos inconclusos son opuestos a la expectativa de los clientes. Aparecen los valores instrumentales y, en función de éstos, el trato clientelar puede romperse, aunque por la flexibilidad de las relaciones modernas los actores pueden buscar otras fuentes (vistas como partidos políticos) con los que pueden entablar el trato clientelar.

Como ejemplos se encuentran los casos mencionados en el capítulo pasado, de Miguel y Saúl (mediador de Karina). Quienes a pesar de ser parte de círculos internos y de estar en actividad

durante campaña, la respuesta a sus demandas individuales fue negada, aunque Morena ganó las elecciones de 2018. Además, aunque tuvieran en mente algunos proyectos si llegaban a colocarse en la administración pública, no fueron tomados en cuenta:

El trabajo dado no fue recompensado ... nosotros estábamos conscientes de la dificultad de respondernos a todos nosotros, pero se nos ignoró ... y nos salimos. Nuestras necesidades se hicieron de lado y varios de nosotros nos salimos de ahí ... La dificultad se hace presente al momento en que nosotros queremos algún apoyo, ya que ni siquiera nos toman en cuenta, antes al menos sí recibíamos esa atención (entrevista con Miguel, 25-2-2022).

Por parte de clientes internos y demandas individuales, se torna complicado un trato exitoso como respuesta. Aun así, un aspecto a señalar es que en sus respuestas los clientes hicieron alusión a que los tratos con los mediadores son tan selectivos que muchas veces los que ellos consideran más “necesitados” no son apoyados. Es decir, esas demandas vistas como necesidades son ignoradas por los mediadores.

Es gente encajosa, que habiendo otras personas que en realidad lo necesitan, pues se quedan con ellos. Pero en sí esos apoyos no son de siempre. Hay cierto tiempo que los dan. Por ejemplo, las despensas que dan a la gente durante un año nada más [bajo criterio de los mediadores, por lo tanto] no son de siempre (entrevista con Rosario, 15-1-2022).

Por otro lado, la lejanía con los mediadores provoca que los clientes externos no puedan establecer una relación personificada con ellos. Cabe recordar, en las entrevistas realizadas, los que se encargaban de recopilar, monitorear y administrar círculos externos fueron clientes internos. Sin embargo, ellos no tienen acceso al reparto de bienes y servicios, por lo que un trato entre clientes, a pesar de sus distintas cercanías con los mediadores, no puede traer consigo una respuesta a demandas puntuales. Un ejemplo es el caso de los clientes externos de Morena que Mario mencionó,

el cual demandó mejoras en la instalación de agua potable, pero al final (por ser círculo externo) no se le dio respuesta.

Algo sí te voy a confirmar, se necesitan relaciones con personas para conseguir ser tomado en cuenta. Las personas de aquí a dos calles siempre nos han ignorado, bueno, dos o tres nos apoyan de vez en cuando, pero eso no es todo ... Ahora que ellos exigieron que se les arreglara el agua nadie les hizo caso por sus relaciones pobres (entrevista con Mario, 14-1-2022).

Recapitulando la sección, la participación tiene como fundamento la generación y respuesta de demandas. La primera se puede ver expresada en el clientelismo político, ya que los clientes pueden ser portadores de demandas individuales o comunitarias, pero la segunda depende de distintos factores. Primero, del tipo de demanda que se realice, ya que las demandas comunitarias (en específico de servicios básicos) se realizan en mayor grado que las demandas individuales. Segundo, y sin ser excluyente con la anterior, del tipo de círculo al que pertenezca el cliente, ya que la cercanía o lejanía con los mediadores generará que el recibimiento y posterior respuesta de demandas sea mayor o menor.

Aun así, la participación que los clientes, específicamente, perciben es la generación de voto. No quiere decir que los otros tipos de participación convencional o no convencional no sea trascendente para ellos, pero el voto lo consideran como la forma con la que pueden influir en el sistema político, incluso, en mayor medida en comparación con la generación de demandas. Esto se trata a continuación.

4.2.3. Sufragio: participación ciudadana resumida en un voto

Como se mencionó al principio de este apartado, el voto no es suficiente para englobar todos los tipos de participación política, ya que, con todo lo que conlleva el concepto y la práctica, sería

simplista reducirlo a ello. Aun así, no quiere decir que el sufragio no tenga importancia e implicaciones en la política, debido a que en éste se engloba la decisión ciudadana que se integra al sistema político, mediante demandas, con el sistema de partidos y partidos como protagonistas. En pocas palabras, el voto es importante en la democracia y la participación política, pero no es suficiente para englobar ahí todos los tipos de participación.

Por ello, la participación electoral (que aquí se definió como aquella que se expresa en el sufragio) tiene un vínculo muy fuerte con su homónimo clientelar. Tal como señala el libro clásico de Javier Auyero (1996) en el clientelismo se intercambian “favores por votos”. Sin embargo, no es un voto aislado, sin relación con otros tipos de participación o libre de implicaciones, más bien siempre tiene vínculos con las presentaciones de participación convencional y no convencional, que ya se han mencionado, y con la idea de expresión de demandas (así como el desencanto con esto) como elementos a considerar.

Partiendo de lo anterior, en Cuautitlán (2018-2021) la idea de sufragio libre y autónomo es una constante hallada en las entrevistas de los clientes. En adición, se encontró la idea de ilusionariedad presente. La opinión de Mario giró en torno a la percepción de los clientes al trabajo de sus mediadores y patrones, por lo que un punto crucial es la presentación de estos últimos con los círculos que trabajan, es decir, si los mediadores se presentan de una forma que el cliente esperaría, este último se inclinaría a otorgarle el voto:

Los militantes deben de aprender a dar una buena impresión ... No es cuestión de llegar y decir “buenas tardes venimos de Morena y queremos que usted nos apoye”, [más bien] es cuestión de presentarse de la mejor forma, de ser amable y decir “buenas tardes, venimos de Morena, tenemos estas propuestas ¿usted tiene alguna otra?” siempre dándoles la importancia, sino no ... se consigue apoyo y votos. Yo tengo litas y listas de personas, ése es el resultado de nuestro trabajo (entrevista con Mario, 14-1-2022).

Esto último indica la dimensión normativa del clientelismo político, ya que esas expectativas en los mediadores propicia que los clientes inclinen sus preferencias. Por su parte, el señor Juan mencionó que el intercambio puede darse; aun así, el cliente al final decide autónomamente. Además, argumentó que, para completar ese tipo de intercambios, se necesita una buena presencia de publicidad en los medios de comunicación, con ello el voto podría inclinarse de una forma exitosa:

Yo considero que el voto en Cuautitlán ahorita está muy volátil cualquiera puede ganar. Pero también está muy corrompido, es decir, está sujeto a 2 factores importantes: a las prebendas y al nivel de publicidad. Si tú das prebendas, ganas, si tú haces publicidad, ganas ... Un tercer elemento, podría ser haz un buen gobierno ¿no? para que la gente te refrende. Pero yo creo que inclusive por encima de esto estarían las prebendas y la publicidad. Si haces una publicidad que llene a Cuautitlán de espectaculares, de pintas de bardas, que les entregues gorras a la ciudadanía que les pongas mantas, pues ... eso [repercute] no tanto por la oferta política (entrevista con Juan, 26-1-2022).

Ambos casos parten de la autonomía del clientelismo político y tienen en mente que la implementación de determinadas estrategias puede reducir la incertidumbre en el trato. Sin embargo, lo que se observó fue la proyección de incertidumbre y esto es resultado de la forma en que los clientes utilizan las relaciones clientelares. De nuevo, como las grandes variables en saturación, la diferencia entre círculos internos y externos delimita el uso del voto como intercambio clientelar y la certeza de éste en los mediadores.

Por parte de los círculos internos, el sufragio tiene certeza en su intercambio, aunque ninguno de los clientes se dijo sentir presionado a votar por su partido. Es decir, la coerción en ellos no se implementa de manera directa, debido a que los mediadores (por los intercambios a futuro) tienen presente que la cercanía puede reducir e, incluso, hasta asegurar su voto, tal como lo ejemplifica Isabel:

Yo considero que sigo apegada a él [su mediador] aún me llama, junto con otros compañeros, para hacer tal o cual cosa. Nosotros sabemos que debemos de apoyarlo en todo momento, así nuestras posibilidades de colocarnos dentro se incrementan, no es seguro, pero se hace más grande (entrevista con Isabel, 28-2-2022).

La pregunta es ¿la relación clientelar en los círculos internos no depende de votos? La respuesta es más compleja de lo que parece, ya que los clientes internos pueden considerarse a simple vista como únicamente un voto individual, pero la responsabilidad hacia los mediadores en relación con los clientes externos deriva en que aquel voto, individual, se suma a los votos de los círculos externos con los que trabajan. El caso de Miguel de nuevo esclarece la afirmación anterior:

Nosotros [haciendo alusión a su papel de cliente interno] debíamos votos, no sólo los nuestros, sino además ... los votos de las personas con las que estuvimos trabajando, estuvimos organizándolas en WhatsApp y en eventos. Nuestro voto, al menos el mío, fue seguro, pero el de las personas teníamos que asegurarlos sí o sí, era parte de nuestro trabajo (entrevista con Miguel, 25-2-2022).

Del lado de los círculos externos, la instrumentalidad sigue presente, pero es más notoria que sus casos contrarios. Dichos clientes tienen un margen de elección grande (4.2 partidos efectivos importantes para elegir) y trae consigo una carga de incertidumbre. El voto es su insumo de intercambio, es decir, esa participación y generación de demandas resumida es la que principalmente expresan estos grupos externos; no quiere decir que la participación en actividades cotidianas o campañas electorales no se pueda dar, ya que en esos eventos se realiza el intercambio, pero el determinante es el voto. Por tal motivo, los clientes externos son monitoreados, por clientes internos, constantemente:

esa presión [hacia ellos era] constante, [presionaban con preguntas tales como] ¿cómo vamos con las personas que pueden participar? ¿si estás segura del voto? recuerden en decirles siempre

lo decían, no les digan “Voten por... si no recuerden votar por el mejor, pero vayan a votar” ... tener un grupo... este era ... para que fueran a votar (entrevista con Karina, 23-2-2022).

La generación de demandas es difusa, ya que en una democracia representativa el voto es la forma con la que se trata de influir en el sistema político, sin embargo, dicha influencia es menor en comparación con otros tipos de participación, en las que se incluye la participación no convencional. La problemática entre clientelismo, sufragio y círculos externos radica en el monitoreo o evaluación hacia los clientes; en su opuesto esa evaluación se realiza en función, aparte del voto, de las participaciones de los clientes internos y se refuerza con el apoyo de monitoreo y vigilancia mencionados anteriormente. Pero los clientes externos que se piensa son desinteresados y espontáneos son medidos con la cantidad de votos:

Yo estoy retirado, pero tengo mis contactos y mis personas en listas, con sus números de teléfono y esas cosas. Me las han querido comprar y quitar [pero] no me he dejado. En la política esas listas valen mucho porque son personas y votos ... pero es un trabajo conseguirlas [ya que] tienes que ver lo que quieren y lo que les ofreces y es una negociación siempre (entrevista con Mario, 14-1-2022).

La causa y consecuencia anterior es la estructura básica de la acción social clientelar, es decir, la maximización de ganancias de patrones mediadores y, aunque no se excluyen los otros, círculos externos. Es causa porque la acción social racional con arreglo a fines provoca que el voto se convierta en fuente de intercambio: los patrones los buscan, los mediadores los integran y los clientes los ceden. Pero también es consecuencia porque la oferta y demanda de favores por votos, desde una visión instrumental, provoca que las incertidumbres se incrementen. Esto no quiere decir que ninguna relación se pacte y se cumpla lo pactado con éxito, pero los cuatro clientes externos entrevistados mostraron su instrumentalidad al mencionar que nada condiciona su voto.

Englobando todo, la participación política se necesita complejizar para un análisis más amplio. La diferencia entre participación convencional y no convencional derivó en hallazgos que encaminaron adscripciones entre teoría e información empírica, aunque lo que se encontró fue siempre una inclinación hacia la participación convencional. Esto puede ser contrario a las versiones clásicas de clientelismo político, ya que definirla como patología y considerarla como una práctica que atenta con los valores democráticos puede ignorar todos los tejidos de relaciones políticas que integran y estructuran el sistema partidario mexicano.

Sin embargo, dichas participaciones tienen sus críticas que también evidencian la estructura tradicional del clientelismo político. En primer lugar, la participación más activa y con mayores posibilidades de influencia en el sistema político sigue siendo propia de los círculos internos, los cuales son tejidos por reciprocidades, cercanía personalizada, así como por el dar y recibir coerción. Se puede decir que los clientes internos llevan a cabo varias formas de participación política (convencional en especial) que trae como resultado la posibilidad de recepción, procesamiento y respuesta de demandas comunitarias, aunque queda aún incierto con demandas individuales; todo esto a un costo de militancia política fuerte.

En segundo lugar, para finalizar, los clientes externos estructuran su intercambio mediante el sufragio, ya que es la única forma de ser evaluados y vigilados por parte de los mediadores y clientes. Sus demandas son más difíciles de resolver y su participación, a pesar de realizarse con otros tipos aparte del voto, se reducirá a la participación electoral, es decir, son clientes poco visibles con los mediadores. ¿Cuáles son las consecuencias? Los clientes externos aumentan su maximización de ganancias y la incertidumbre del trato para los clientes internos y mediadores se pone en juego. Sin embargo, la consecuencia que se trata a continuación es la rendición de cuentas, ya que la participación se basa en dicha evaluación y todos los integrantes de las relaciones clientelares las llevan a cabo.

4.3. Rendición de cuentas y evaluación a representantes: intereses y expectativas rotas en el gobierno de Morena (2018-2021)

Para finalizar este capítulo, se expone en esta sección la dimensión democrática más saturada en la codificación del trabajo de campo, es decir, la rendición de cuentas. La relación estrecha con las variables anteriores es fuerte, de hecho, sus relaciones transversales referenciaron a la participación y competencia política. Por ello, la relación de clientelismo político y rendición de cuentas tiene ciertos indicadores que pueden explicar sus consecuencias en la democracia de Cuautitlán (2018-2021).

4.3.1. Introspección y retrospección en los clientes de Cuautitlán: evaluaciones duales en el clientelismo político

Como se señaló en el apartado teórico, la rendición de cuentas es una herramienta política de evaluación de representantes (Scheller, 2008). Con éstos se construyen los llamados controles políticos que sirven, por un lado, para la evaluación ciudadana hacia las autoridades en el gobierno y, por otro, como herramienta de pesos y contrapesos en las estructuras partidarias y gubernamentales. En otras palabras, el clientelismo es una fuente de rendición de cuentas y, de igual forma sin ser excluyente, vincula con información a los clientes que logran tener más referentes para ello.

En cuanto a la primera, el clientelismo político como fuente de evaluación, los clientes toman como principal referencia los tratos exitosos o fracasados que ellos vivieron, al poner en juego las expectativas valorativas en un cálculo moral (Vommaro y Quirós, 2011). Cabe matizar que tanto clientes internos como externos pueden tener tratos con culminaciones de ambas formas y la evaluación a su mediador o patrón se sigue realizando. Los intercambios clientelares, por ende, son en sí una fuente directa

de evaluación retrospectiva, hacia atrás temporalmente, e introspectiva, visualizando a futuro (Przeworski, 1998).

Las respuestas de los clientes, en cuanto a rendición de cuentas, se basaron en especial en una evaluación retrospectiva. En cuanto a los clientes externos, las evaluaciones que comentaron fueron de momentos lejanos y también cercanos al contexto actual. Esto, cabe recordar, tiene que ver con la propia historia del perfil de clientes externos entrevistados, es decir, aquellos que formaron parte de un círculo interno en épocas pasadas y posteriormente salieron de ellos.

Como evaluaciones de larga data se pueden recordar los casos de Antonia y Selma, quienes estuvieron en relaciones clientelares en círculos internos y terminaron fuera de éstos posteriormente. Antonia salió por conflictos con su mediadora ya que no hubo reciprocidad en los apoyos que le pedían a la clienta. Mientras que, con Selma, cabe recordar, no hubo retribución en cuanto los bienes y servicios que ella esperaba y se le agregó el trabajo que tenía que hacer con los círculos externos, en ambas las expectativas se quebraron.

Igual lo mismo [su relación con el partido con el que trabaja actualmente frente a sus experiencias pasadas] lo mismo que uno de los apoyos y que no sé qué y nada. Nada más me dio una vajilla en una elección. Me dijo que me iban a dar dinero y no sé qué, pero nada (entrevista con Selma, 21-2-2022).

Lo anterior muestra que la fuente de evaluación de larga data está presente aún en evaluaciones recientes. Es decir, aquellos eventos de rupturas clientelares persisten en el sentido valorativo de los clientes, el cual quedó dañado en sus expectativas y, además, es un elemento por el cual no votaron por su partido en ese momento (PRI). Fue insumo para salir de la relación clientelar interna y de evaluación al partido por las acciones de sus representantes.

A pesar de ello, lo anterior no es la única forma en que los clientes externos realizan sus evaluaciones de rendición de cuentas. De igual forma toman experiencias cercanas y con ellas se es-

estructura la evaluación a sus mediadores o patrones. Sin embargo, por su posición en la relación clientelar, más bien toman en cuenta aspectos generales de, si es el caso, la administración pública de un periodo determinado y, de esa forma, estructuran su decisión.

Los clientes externos con los que se trabajó, por ende, llevan a cabo una evaluación negativa. Su evaluación retrospectiva es más amplia, aunque también toman en cuenta los sucesos cercanos, pero la problemática aparece cuando la información llega a ser más general, debido al alejamiento de los medios que la proveen. De hecho, en las respuestas de los clientes externos se evidenció que su conocimiento de los sucesos, actores y propuestas políticas fue menor en comparación con los círculos contrarios.

En cuanto a los clientes internos, la rendición de cuentas se puede delimitar, igualmente, desde el clientelismo o mediante la información que les brinda su cercanía. Desde el primero, sin embargo, la evaluación no termina siendo en todos los casos, en comparación con los clientes externos, negativa y expresada en retirarles a los mediadores el apoyo. Dicho de otra forma, el intercambio extiende la ilusionariedad, incluso, después de que un trato se haya cumplido, debido a que los clientes quedan en espera de tratos futuros.

Si no se puede en ésta [refiriéndose al periodo de gobierno] se necesita seguir trabajando, tal vez para la estatal o para la federal y siguiente municipal. Entiendo que ellos [los mediadores instalados en el ayuntamiento] tienen ahora más cosas que hacer, por eso necesitamos esperar (entrevista con Isabel, 28-2-2022).

Por ello, la evaluación y el cumplimiento del trato desde el clientelismo es una característica que comparten ambos tipos de clientes, pero en momentos diferentes. En cuanto a la evaluación con la información que provee la relación clientelar, los círculos internos tienen bastante ventaja frente a sus opuestos. Los cuatro clientes internos desarrollaron y evidenciaron conocimiento del contexto político, de los actores y sucesos trascendentes. Isabel, por ejemplo, mencionó, en congruencia de lo plan-

teado en el capítulo pasado, que los grupos de WhatsApp son su fuente crucial de información para el funcionamiento de la red clientelar, pero también son insumos importantes para el conocimiento de todo el entramado político.

En congruencia con Auyero (2000), los círculos internos son fuentes de información política útil para sus participantes. La diferencia es evidente entre los clientes internos y los clientes externos, debido a su cercanía con lo político. A pesar de ello, las evaluaciones de ambos siguen estando alineadas a la solución o no de demandas (las cuales se ha mencionado, se reciben, pero difícilmente se responden) y, por lo tanto, de sus intereses. El mal estar de Selma, lo ejemplifica, ya que, a pesar de ser una clienta interna, mencionó que toma en cuenta el apoyo brindado a los más necesitados y de ahí decide su voto:

Te digo que la mayoría [de las mediadoras] siempre lo hace con sus familiares, con sus amigas, o sea, los mejores apoyos se los dan a ellos, aunque no los necesiten. Y pues se me hace que está mal, porque al final del día es un apoyo y si ves que alguien lo necesita realmente, pues no veo por qué no dárselo (entrevista con Selma, 21-2-2022).

Por parte de los círculos externos, la evaluación final la realizan con la información que disponen. La problemática es que el conocimiento de los clientes es menos profundo. Por lo que su evaluación siempre vuelve a sus vivencias como clientes internos. De nuevo Miguel puede ejemplificar dicho suceso, ya que su decepción como cliente interno siempre retumba en su percepción como cliente externo; es decir, la evaluación negativa a Morena, no la realizó por sus logros o errores durante su gobierno, sino que se fundó en las percepciones individuales:

Yo no voté [en 2021] por Morena. Desde cerca vi cómo se maneja todo, las injusticias y el poco compromiso hacia los que trabajan con ellos. Lo que hicieron o no [en su gobierno] no es trascendente para mí ... mi evaluación y crítica se enfoca a lo que yo viví en aquel tiempo (entrevista con Miguel, 25-2-2022).

En síntesis, la rendición de cuentas puede realizarse en función de la información que brinda el clientelismo político directa o indirectamente. La primera toma como referencia el éxito o fracaso en la relación clientelar y de ahí deciden seguir o no con el apoyo al partido; los círculos externos proyectan dicha evaluación hacia momentos en los que sus expectativas quedaron rotas por la conclusión no exitosa en el trato, mientras que los círculos internos toman esa conclusión como un factor a determinar, pero sin menos repercusiones con su cercanía con sus mediadores y patrones.

En cuanto a la segunda, la información que ostentan los clientes internos es mayor que los clientes externos y, por ende, su evaluación sería más profunda; sin embargo, ésta se puede estancar por los vínculos valorativos y la coerción hacia dichos círculos, aunque en los casos tratados no mencionaron dichas problemáticas. Lo siguiente a cuestionar es ¿cómo se presentan los mediadores con sus clientes para su evaluación? y ¿los mediadores evalúan a sus patrones?

4.3.2. Entre la imagen y la práctica de los partidos políticos

Los clientes evalúan a sus representantes con y mediante el clientelismo político, acción que los mediadores de igual forma realizan. Aunque cabe señalar que su función es vincular a clientes con patrones, por lo que la rendición de cuentas la ejercen y a la vez, la construyen. Para lo primero, se valen de la información clara y precisa que tienen a la mano del entramado político en el que están inmersos; mientras que, para la segunda, exponen ciertas imágenes políticas acerca de ellos y del partido para que los clientes, y en general los ciudadanos, los evalúen de la mejor manera, ¿cómo lo llevan a cabo?, ¿qué consecuencias tiene?

Los mediadores, tal como se señaló en el capítulo 3, tienen en mente escalar en su carrera política ya que, regresando al planteamiento teórico, son actores permeados por elementos

instrumentales y valorativos (Combes, 2018). Además, son parte de una red compleja de reciprocidades, en la que se encargan de construirlas y vigilar a sus subordinados (González Tule, Guzmán y Tuirán, 2019). Esto no los libera de evaluaciones hacia sus patrones, de hecho, en el trabajo de campo se observaron mayores opiniones hacia los patrones desde los mediadores que desde los clientes.

Lo anterior se debe, en primer lugar, al conocimiento cercano dentro del campo político, es decir, ellos son partícipes y observadores directos de lo que sucede en las entrañas del contexto político. Por ejemplo, Lorenzo siempre hizo alusión a la gran corrupción que se vivió en el periodo 2018-2021, en el cual estuvo su vida en peligro y, además, fue factor importante para la formación de la coalición. De igual forma, y en esta misma sintonía, comentó Juan, quien vivió en carne propia el impacto de prácticas corruptas:

Yo no había visto tanta corrupción tan desmedida como en el Gobierno anterior, aquí, en Cuautitlán, de Morena, y era una corrupción impresionante en tránsito y Seguridad Pública y desarrollo económico, catastro y desarrollo urbano. En todas las instancias, hasta en Protección Civil, que era un área sumamente noble. Todas las áreas que tenían que ver con algún visto bueno o algún uso de factibilidad (entrevista con Lorenzo, 28-1-2022).

Era evidente que en cualquier lado la corrupción imperaba ahí, se veían tan sólo en tanto crecimiento del comercio informal que no tiene otra razón de ser más que la corrupción, porque ¿cómo es que te instales en cualquier lado sin tener las condiciones para ejercer algún tipo de trabajo?, solamente se puede entender cuando alguien lo permite y cuando fuera del esquema de la ley, está recibiendo alguna prebenda y, como te comento, en algunas dependencias era evidente que te pedían dinero para avanzar los trámites (entrevista con Juan, 26-1-2022).

Por parte del mediador de Morena siempre fue crítico hacia la estructura interna del gobierno (2018-2021). Con fundamento en sus vivencias y con un gran margen de comparación con even-

tos pasados, sus críticas a su propio partido estuvieron presentes en todo momento. Cabe recordar que al interior de Morena en el municipio se han ido formando facciones que repercutirían al momento de las elecciones y la narración de Mario refuerza lo descrito por Carol y Karina:

Se la pasaron repartiendo favores y presumiendo sus puestos. Nosotros fundamos Morena con determinados ideales, con un fin de cambio radical ... el problema es que no movieron nada, todo se quedó igual que siempre así ... hicieron lo de siempre, nada. Por eso si se quiere reformar el partido debemos cortar algunas cabezas [incluidas] algunos mandos altos como Ariel (entrevista con Mario, 14-1-2022).

El malestar con el gobierno de Morena fue generalizado, aunque más notable en grupos excluidos. Cabe recordar al mediador de Karina y Carol, quien estaba prácticamente fuera de las campañas de 2021, sin embargo, la conformación de la facción de Juana Carrillo, que se fundó en el distanciamiento con Ariel Juárez, derivó en su reintegración. Así, los entrevistados morenistas, ya sean las clientas, exclientas o mediadores, externan esa crítica hacia la función del presidente municipal en aquel momento.

Por parte de la oposición, la coalición PRI, PAN y PRD, en palabras de sus actores, representa un control político en el sistema partidario. Según se planteó, siguiendo a Isunza Vera y Gurza Lavalle (2014), los controles democráticos permiten una rendición de cuentas horizontal, la cual coopera y complementa la rendición de cuentas vertical entre representante y representado. En el caso del trío partidario, el consenso en sus respuestas se basó en usar su alianza como una forma de competir y reducir el gran poder, marcado en el avasallador margen de victoria, que Morena consiguió en 2018.

Sin embargo, se necesita tomar con mucho cuidado el discurso que las entrevistas con mediadores, en su papel de patrón, expusieron. Para esto, se puede traer a colación el concepto de *discurso de la corrupción* de Gupta (2015), el cual construye imágenes de

prácticas para etiquetar y a la vez distanciarse del otro, aunque de igual manera se usan dichas prácticas. Al momento de tratar temas que involucraban al clientelismo político de forma tal cual explícita, los cuatro informantes expusieron un discurso de rechazo hacia dicha práctica y, al mismo tiempo, etiquetaron a otros partidos de llevarlo a cabo. Un ejemplo de esto es el caso del mediador del PRD, quien siempre trató de mantener un distanciamiento entre el clientelismo que lleva a cabo su partido frente al priista:

El PRI trae otra forma de trabajo, ellos sectorizan mucho sus zonas, determinan a cierto tipo de personajes de cada Colonia y empiezan a armar allí prácticamente la intención del voto porque nos topamos con esa situación, nosotros recorriamos en la semana varias comunidades y nos encontrábamos en algunas casas en comunidades a algunos personajes del PRI. Nunca pude identificar de qué manera trabajaban directamente, o sea, se me hizo muy difícil, pero nosotros íbamos recorriendo, haciendo la oferta política para candidato de la coalición. Pero de pronto, sí encontramos algunos personajes ahí, en algunas casas, como haciendo una operación política. No sé de qué manera, si llamarlo de concientización ... pero no sé con qué medios.

En concordancia con lo anterior, Lorenzo siempre etiquetó a Morena de ser un partido corrupto e hizo referencia que en tiempos electorales se intensificó, por ejemplo, la repartición de favores y dádivas. De igual manera, mantuvo de forma muy cuidadosa su discurso hacia la coalición, ya que nunca mencionó, tal cual Mario y el ejemplo pasado de Juan, las prácticas con las que históricamente se le ha etiquetado que el PRI ha realizado. Aun así, al final de cuentas terminó exponiendo el uso del clientelismo desde su partido, tal como se mencionó, con el fin de acumular apoyo político y mediante servicios comunitarios cotidianos, aunque con un discurso que pretende desligarse del clientelismo político:

Nosotros no vemos Acción Nacional con una visión de empresa, nosotros no venimos a invertir dinero, venimos a invertir lo más importante y lo más valioso que es nuestro trabajo, nuestra actitud y nuestra esencia como seres humanos, de querer ayudar y

no todo es dinero. Alejandro, no todo es dinero, hay cosas más importantes que ayudan más. Y no es necesariamente el dinero (entrevista con Lorenzo, 28-1-2022).

Quien evidenció, sin ningún discurso de por medio, el uso y funcionalidad del clientelismo político fue precisamente Mario. Como se ha planteado, dicho actor político es un veterano en el campo, ha sido partícipe en los cambios de la izquierda en el municipio y, además, tiene un gran conocimiento en la forma de hacer política para conseguir apoyo y votos. También presentó un juego de imágenes y prácticas de corrupción en sus respuestas, sin embargo, en varios momentos su argumentación giró en función de los beneficios del clientelismo político, a pesar de que antes lo etiquetó como una práctica corrupta, en la política y para la ciudadanía:

En Cuautitlán hay caciques, pero siempre ven por ellos nada más. Ves los caciques de Tultepec y te dan ganas de que acá hubiera caciques de esa forma ... pusieron escuelas, dan despensas, ayudan a la gente. Ya quisiéramos caciques de esa calidad (entrevista con Mario, 14-1-2022).

El clientelismo, por ello, es tanto rechazado moralmente como utilizado. De hecho, esa contradicción desde el campo político permeó el campo científico al momento de construir el clientelismo político como objeto de estudio. Sin embargo, en la práctica las definiciones morales se dejan de lado y los dirigentes han hecho alusión a su uso como fuente de rendición de cuentas, además de las variables ya exploradas.

Recapitulando, los mediadores multifacéticos (desde su papel de patrón) expresan una rendición de cuentas horizontal y, a la vez, construcciones en discursos de la corrupción que ellos mismos desarrollan. La evaluación al gobierno de Morena y la pérdida de presencia política en el municipio les orilló (hablando de PRI, PAN y PRD) a unirse; puede decirse que ejercieron controles horizontales en la rendición de cuentas, con el fin de contrarres-

tar la gran victoria política que Morena, etiquetado de corrupto y clientelar, consiguió en 2018 y desarrolló hasta 2021. Sin embargo, el discurso se cruza con la práctica ya que, de igual manera, los partidos llevan a cabo prácticas que son evidenciadas en el trabajo de campo.

Lo anterior no quiere decir que sea incompatible con los controles democráticos, es decir, el clientelismo político no interfiere en la rendición de cuentas horizontal, más bien es una herramienta de disputa entre los actores políticos. Es, por un lado, el discurso de desprestigio al contrincante y, por otro, la práctica que trae como resultado apoyo político ciudadano. Sin embargo, la legitimidad y rendición de cuentas se cruzan con una última variable que se necesita explicar desde los clientes, ésta es la representación, la cual funge como concepto rector al momento de proyectar a futuro las decisiones ciudadanas.

4.3.3. A la espera de respuestas en el gobierno 2021-2024: la proyección de la ilusionariedad y representación fallida

Ya se comentó, en primer lugar, la rendición de cuentas desde los clientes, con énfasis en una estructura retrospectiva y con la información como un punto central en la acción de evaluar. De igual forma, se explicó cómo los mediadores llevan a cabo una rendición de cuentas y, además, construyen discursos para formar imágenes como modos de etiqueta al adversario y disputa. Lo que se presenta en esta sección es la expectativa a futuro en función de una rendición de cuentas con el clientelismo como herramienta; para esto tanto clientes como mediadores tienen ciertas visiones a futuro del gobierno municipal de la coalición 2021-2024, pero, en la mayoría de los casos, sin muchas expectativas.

En el caso de los clientes, cabe recordar, la evaluación retrospectiva fue negativa al gobierno de Morena. Por parte de los círculos externos, la evaluación se fundó en torno a los servicios básicos (como agua, bacheado y seguridad), con los cuales con-

cluyeron que el gobierno de Ariel Juárez fue selectivo y, por lo tanto, muestran una insatisfacción con ellos. Por parte de los círculos internos, en el caso de las dos clientas de Morena, debido a su cercanía con las autoridades en el ayuntamiento, generaron evaluaciones negativas por su estructura autoritaria. Mientras que, por parte del PRI, las dos clientas de igual forma quedaron inconformes con las políticas de Morena, ya que, por ejemplo, Isabel mencionó que nunca le informaron de ellas.

Como resultado de la insatisfacción, la votación para Morena se redujo y entrevistados como Karina y Lorenzo mencionaron que la ciudadanía castigó a Morena con su voto. A pesar de ello, un voto de castigo no significa creencia o confianza en el partido a quien se le otorga el sufragio, más bien es una sanción al partido del gobierno que sale del poder. Las preguntas son ¿qué expectativas tienen del gobierno entrante? y ¿cómo se liga el clientelismo a esta evaluación a futuro?

Comenzando con los clientes internos, sus expectativas son negativas. Por el lado de las clientas de Morena, están decepcionadas por las fracturas en el partido y la forma en que la coalición se alió y ganó, mientras que las clientas del PRI esperan que se cumplan sus partes del trato, aunque su percepción sigue siendo que el gobierno entrante será lo mismo de siempre. Un ejemplo de esto es lo que Karina siente y espera del gobierno de la coalición:

Como ya supe cómo se opera todo dentro del ayuntamiento créeme que lo único que espero es que no haya tanto [alboroto]. Que se implementen estrategias más notables por lo menos para la juventud ... para que las personas se sientan parte de Cuautitlán ... Porque algo que siempre voy a criticar es que no hay estrategias, no hay estrategias y piensan que las personas se van a sentir parte recuperando espacios públicos, pero ¿después?, ¿y luego qué va a pasar? Ya pintaste ¿y luego? ¿Ahí queda? Esta parte de la visión y es porque se la pasan pagando favores ... a personas que no tienen el mínimo conocimiento (entrevista con Karina, 23-2-2022).

En cuanto a la relación con el clientelismo político, las clientas del PRI, en especial Isabel, siguen esperando, como se ha

mencionado, que se concluya su parte del trato. Si bien Isabel no se ha desligado de su mediador ni de su partido, lo cierto es que se ha prolongado su incertidumbre, aun así, ella sigue en espera de que se le recompense su trabajo militante durante y fuera de campaña. Su opinión sigue enfocándose en que los representantes ven primero por sus intereses y, en segundo término, por los de sus electores.

Po lo tanto, se refuerza la deslegitimidad descrita anteriormente y, al mismo tiempo, la complementa. Según Monsiváis Carrillo (2014), como se señaló en el capítulo teórico, la rendición de cuentas se basa en la evaluación a la integración, a la eficacia y culmina en la legitimidad, la cual se basa en el cumplimiento de las expectativas de las dos anteriores. Los clientes internos no perciben integración ni eficacia, la primera al ser ignorados por sus partidos (tanto en 2018 para las clientas morenistas como en 2021 para las priistas) al llegar al gobierno y la segunda porque sus intereses son dejados en segundo término e, incluso, ignorados. Por lo tanto, la legitimidad se torna en una relación por constelación de intereses, sin la creencia en la figura de autoridad, ya que las expectativas valorativas están rotas y son inciertas.

Por parte de los círculos internos, la proyección del pasado, con la cual evalúan retrospectivamente sigue repercutiendo. Cabe recordar que los clientes externos tienen una instrumentalidad más permeada, en su accionar clientelar, por sus expectativas rotas, es decir, su integración, eficacia y legitimidad es más baja. En las respuestas de los entrevistados se puede percibir que dos de ellos se encuentran, incluso, más decepcionados por la victoria de la coalición, argumentando que se regresará a lo que había imperado anteriormente y, por lo tanto, se encuentran en un estado de completa evaluación negativa a la coalición. Estos dos clientes son Antonia y Miguel.

Los otros dos clientes, Pedro y Selma, son más optimistas. El primero porque definitivamente la evaluación de la asociación de comerciantes al gobierno de Morena fue rotundamente negativa, por lo que mencionó que esperan ellos que el actual gobierno

les resuelva de manera exitosa sus demandas. La segunda, por su parte, se mostró abierta a ver cómo funciona el nuevo gobierno y menciona que su expectativa es que les resuelvan a los vecinos problemáticas de servicios básicos y, si se necesita, otorguen ayuda a los más vulnerables, aunque siguieron expresando su inconformidad, ilusionariedad y reciprocidad débil en sus respuestas.

Finalmente, los mediadores tienen opiniones distintas de acuerdo con el partido al que pertenecen. Mario opina que los grandes grupos tradicionales se han puesto de acuerdo para colocar al PRI de nuevo en la relevancia política, además al interior de Morena necesita una reestructuración, es decir, hay un ambiente entre lo tradicional en el gobierno e inestabilidad en el partido. Lorenzo expresó toda su confianza al gobierno entrante y aseguró que trabajarán juntos para dar lo mejor a Cuautitlán. Juan, a pesar de ser parte de la coalición ganadora, considera que el PRD perdió más de lo que ganó y espera desligarse de ellos para la elección estatal. Finalmente, José se mantuvo al margen y mencionó que se necesita tiempo para evaluar al nuevo gobierno.

Así, la rendición de cuentas como expectativa a futuro se alimenta de, en primer lugar, la información que los actores políticos otorgan y la ciudadanía dispone para la evaluación a sus representantes y, en segundo lugar, por la situación de los tratos clientelares en los que están inmersos. En general, se vivió un ambiente de insatisfacción y con expectativas rotas al gobierno de Morena de 2018-2021, ya que, en relación con el clientelismo político, se tuvieron tratos inconclusos y selectividad en servicios básicos. Sin embargo, la llegada del nuevo gobierno no alienta a los actores entrevistados, ya sea por proyectar sus experiencias pasadas con el partido dominante o, en su caso, por tratos actuales sin cumplir. Por lo tanto, la ilusionariedad se extiende y la instrumentalidad sigue siendo resultado de expectativas valorativas sin cumplir en cuanto a intereses ciudadanos.

4.4. Conclusión del capítulo

El clientelismo político en Cuautitlán es una hibridación del clientelismo moderno con algunos rasgos del clientelismo tradicional. Sus consecuencias en la democracia se pueden enumerar de mayor a menor grado, aunque, se apegan a una afeción mayormente de cooperación que de estancamiento, a pesar de que ambas están presentes. Lo cierto es que el entramado conceptual brindó elementos y dimensiones en los que se identificaron las consecuencias del clientelismo de Cuautitlán en su democracia, las cuales son, en mayor o menor medida, asociadas con cooperación.

En primer lugar, afecta a la rendición de cuentas directa e indirecta, por lo que el clientelismo político puede ser tomado como referencia del cumplimiento de intereses de los representados y funge como fuente de rendición de cuentas horizontal y de controles democráticos. Aun así, los mediadores y patrones construyen imágenes que tratan de proyectar a los clientes con el fin de inclinar su elección, pero a la vez estos actores ejercen rendición de cuentas al interior de su partido y hacia el gobierno. Por ello, la rendición de cuentas es la dimensión afectada con más rasgos de cooperación que de estancamiento.

En segundo lugar, incentiva la participación convencional, ya que los clientes participan en actividades cotidianas o de campaña y ejercen su voto en función al clientelismo político, esto a pesar de los métodos de coerción que se pueden implementar. Aun así, se pudieron observar formas de participación no convencional, las cuales se expresaron en actos violentos comandados por patrones, lo cual vinculaba, incluso, en mayor medida la coerción del clientelismo político. Por lo tanto, la participación se incentiva, pero a la vez llega a ser sesgada y obstaculizada por prácticas meramente vinculadas al clientelismo tradicional.

Finalmente, genera competencia y legitimidad, pero no en plenitud, ya que promueve que los partidos importantes se diversifiquen y compitan con el clientelismo como herramienta, pero la integración al sistema político es selectiva (principal

queja al momento de rendición de cuentas) y las demandas son generadas, pero no resueltas, por lo que la legitimidad (por constelación de intereses) es débil. Por lo tanto, no se reciben las demandas ciudadanas por igual y a pesar de que se estructura un sistema partidario y elecciones con voto universal, si no se vincula el sistema político con la ciudadanía (con o sin el clientelismo de por medio) la democracia se torna aún en vías de consolidar su transición.

Conclusiones generales

EL CLIENTELISMO Y LA DEMOCRACIA siguen siendo dos fenómenos sociales y políticos relacionados entre sí y con afecciones mutuas. A lo largo del libro se argumentó que su relación no siempre es negativa y con consecuencias opuestas a las dimensiones de cada uno de ellos, más bien es una relación que puede tener finales diversos, se conforma de acuerdo con los cambios y permanencias del régimen político en curso y de su antecesor. Por ello, la base analítica se forjó en función de los tipos ideales históricos del clientelismo político, es decir, su presentación tradicional y moderna; aunque no se trajeron para forzar uno u otro con sus características, sino para encontrar elementos de uno, otro o nuevos hallazgos en el caso instrumental que se analizó.

El objetivo general, cabe recordar, fue analizar la estructura del clientelismo político vivido por los clientes del municipio de Cuautitlán México en el periodo 2018-2021, mediante un estudio cualitativo con la aplicación de entrevistas a pobladores que son parte de relaciones clientelares, y así delimitar las consecuencias que trae consigo en la calidad de la democracia del municipio. Éste se consiguió, ya que se pudo delimitar la estructura del clientelismo político del municipio y las vivencias de los participantes que se entrevistaron fueron clave. Aun así, éstas se complementaron con información cuantitativa, del sistema partidario y con ello la explicación fue más profunda.

1. Hallazgos en la morfología del clientelismo político

El clientelismo de Cuautitlán (2018-2021) se definió como moderno con tintes tradicionales. Cabe señalar que se trató en todo momento de no relativizar la explicación al concluir que el fenómeno tiene partes de las dos principales categorizaciones analíticas centrales que se utilizaron en el análisis, debido a que al final, el resultado se inclinó hacia el clientelismo moderno, del cual sobresalieron la instrumentalidad moral, la reciprocidad débil y la ilusionariedad. Mientras que del tradicional lo que más sobresalió fue la coerción y el uso del clientelismo como una práctica que se ha realizado desde tiempos pasados, pero como intento de contrarrestar esa incertidumbre que causan los elementos modernos que se colocan como hegemónicos.

Por lo tanto, en la acción social del clientelismo del municipio se encuentra la acción social racional con arreglo a fines como la principal conductora en los sentidos mentados de los participantes, de lo cual deriva la maximización de ganancias y la incertidumbre. Después surge la acción social racional con arreglo a valores, los cuales aparecen como esas expectativas entre los participantes y la ruptura de éstos propicia que se instalen métodos de coerción para el cumplimiento del trato. Finalmente brota la acción social tradicional, que se refleja en el mismo clientelismo como una práctica que se lleva a cabo porque así lo ha sido a lo largo del tiempo.

Ese clientelismo híbrido (entre lo tradicional y lo moderno) fue posible observarse gracias al uso de las categorías de círculo interno y círculo externo de mediadores (Auyero y Benzecry, 2016). Éstas permitieron ver la cercanía que los actores políticos ostentan o carecen, ya que ser parte de uno o de otro tiene como consecuencia la adhesión o distanciamiento con sus mediadores o patrones. Se tomó la definición clásica de Javier Auyero (2001) que delimita a los participantes, en específico los clientes, como producto de valores y afectos vinculantes.

Aun así, lo que se encontró fue una vinculación instrumental con valores como expectativas y con afectos carentes. Es decir, el cálculo moral de Vommaro y Quirós (2011) se hace presente al momento de la vinculación y evaluación de los participantes, es decir, es una instrumentalidad mediada por valores como expectativas. Los afectos fueron los ausentes, esto a pesar de lo planteado por Moreno Luzón (1995, 1999), quien establece que los afectos que se construyen en las relaciones clientelares son los garantes de reciprocidades y confianza entre los participantes, a tal grado que produce una reducción en la coerción, algo que en el caso estudiado no se observó, ya que esa instrumentalidad valorativa es la base de la relación clientelar.

Hablando de los clientes internos, con el perfil de los entrevistados, pertenecientes a estos grupos, igualmente se pudo marcar la trayectoria de un cliente que pasa de círculo interno a círculo externo. Por lo tanto, el cliente desinteresado y espontáneo no cabe en el resultado de la investigación, más bien son clientes interesados en la política, aunque sin información abundante de ella, necesitados y con expectativas rotas (en las que aparecen sus cálculos morales), lo que trae como consecuencia que su acción social se torne más instrumental mediada por fines y valores y su decisión final sea incierta para el partido con el que esté relacionado clientelamente, es decir, un clientelismo ilusionario (Schröter, 2012).

Por lo tanto, la gran semejanza entre los dos tipos de clientes es su instrumentalidad, que deriva de sus necesidades. Para Scheffer y Lachi (2020) las necesidades de los clientes son cruciales, ya que la expectativa del clientelismo es que cubran esas carencias (para ella materiales) a corto plazo. Por tal motivo, el método de incentivos selectivos refuerza la relación entre necesidades y clientelismo, ya que, al iniciar el reparto con los clientes más vulnerables, lo que se produce es que dichos clientes necesitados dependan del clientelismo político para cubrir momentáneamente sus carencias y, por ello, la relación perdura (Stokes, 2009).

En el segundo capítulo se hizo un esbozo general sociodemográfico de los habitantes de Cuautitlán, en el cual sobresalieron

ron sus altos niveles educativos, de bienes y servicios, pero con carencias en lo alimentario y desigualdad en ingresos. Los resultados del esbozo empírico delimitaron que un ciudadano con mayor o menor educación no es factor para involucrarse o no en clientelismo político, ya que en los entrevistados se pudieron localizar personas con estudios profesionales y con educación básica que son parte de relaciones clientelares. Por lo tanto, dicho hallazgo es contrario a una concepción del clientelismo político como parte únicamente de los “pobres” o de personas sin “cultura política” (Fox, 1994).

En cuanto a bienes y servicios, los resultados delimitan que son un insumo clientelar para intercambiar que, además, es de las principales exigencias tanto de círculos internos como de círculos externos. Los servicios clave son agua, bacheado y seguridad, por lo que el intercambio más general y, por lo tanto, bajo parámetros electorales y democráticos se basa en la oferta de esos insumos. Aunque, de igual forma los mismos clientes los demandan como principal intercambio por su apoyo político en tiempos electorales y cotidianos. Esto concuerda con la categorización de bienes de intercambio de Schröter (2010), ya que dichos insumos a ofertar e intercambiar son clientelares, pero, a la vez, están bajo parámetros legales.

Sin embargo, ese intercambio comunitario no es el único en resaltar, ya que la relación clientelar se funda, simultáneamente, en una relación de intercambios individuales los cuales para Schröter son menos suscitados e ilegales. Éstos son diversos, pero se pueden categorizar en intercambios al momento e intercambios futuros (Scheffer y Lachi, 2020). Los primeros se pueden expresar en despensas, apoyos alimentarios o dinero; mientras los segundos se enfocan a tratos inciertos en los que el intercambio es la inscripción a un programa social o puestos de trabajo en la administración pública. Por ello, los clientes externos buscan canjes al momento y los clientes internos están ligados a un intercambio a futuro, en especial enfocados a puestos de trabajo.

Lo primero concuerda con el estudio de Hagene (2015), quien observó en su estudio de caso que los intercambios a futuro

se fueron tratando y forjando a lo largo del tiempo. Mientras que, en los días cercanos a las elecciones, la compra de votos (como una forma de ejemplificar un intercambio al momento) se fue dando con clientes externos al círculo interno de los mediadores, esto como herramienta para poder conseguir más votos, aunque su vigilancia se torna complicada, es decir, dichos intercambios quedan como una expectativa del mediador o patrón hacia los clientes.

En cuanto a los mediadores, los resultados evidenciaron el hallazgo del multifacético ejercicio de roles. Si bien se sabe que los mediadores se estructuran en complejas redes de reciprocidades, lo cierto es que dichos análisis se basan en redes de un solo partido (González Tule, Guzmán y Tuirán, 2019). En el caso de Cuautitlán, los papeles multifacéticos se evidencian al momento de hablar de la coalición ganadora (PRI-PAN-PRD). Cabe señalar que se entrevistó a dos importantes dirigentes del PAN y del PRD en el municipio y sus respuestas fueron desde un papel de figura de autoridad, es decir, de patrón, aunque a la vez evidenciaron que ellos se colocan en posiciones jerárquicas más bajas, lo que refleja su presencia de mediador.

Aun así, esos papeles multifacéticos son propios del perfil de entrevistados. Los mediadores territoriales, quienes se encargan de conseguir apoyo político y están en relación con la ciudadanía, no fueron entrevistados, aunque siempre fueron referenciados en las entrevistas de los clientes y los mismos mediadores entrevistados. Los mediadores multifacéticos, por lo tanto, se encuentran en una posición jerárquica más alta en su partido, ya que organizan a sus mediadores territoriales para conseguir apoyo; sin embargo, a nivel coalición (por el hecho de ser fuerzas complementarias en las elecciones, es decir, partidos medianos o chicos) ellos están sometidos frente a otros patrones, por ello, la estructura jerárquica en la relación clientelar es compleja (González Tule, 2019).

Los clientes internos, por su parte, y como otro hallazgo, tienen funciones específicas. Dadas las redes de reciprocidades débiles, inciertas e instrumentales, los clientes internos tienen la tarea de implementar los medios de coerción y vigilancia a sus ho-

mónimos externos. Auyero (1996) menciona en sus estudios de caso en Argentina que los clientes internos tienen labores específicas, tales como abrir los comedores y atenderlos, tomando como referencia dichas tareas en clientes internos, lo que se encontró en Cuautitlán es que una de esas funciones es conseguir y asegurar los máximos posibles votos de clientes externos.

Por lo tanto, esto va más allá del clásico trato clientelar de llevar determinadas personas a un evento político a cambio del almuerzo. Lo que se puede ver es una relación entre clientes, pero con niveles de cercanía con el mediador o patrón distintas, así que dicha tarea es cuantificada en los posibles votos seguros de los clientes externos con los que esté trabajando. Es decir, los clientes internos tienen la obligación de votar por su patrón y, además, de asegurar otros votos externos por este mismo. Además de ser partícipe activo en eventos cotidianos y con una carga de trabajo militante más fuerte en tiempos electorales.

En adición, otro hallazgo, en el clientelismo político es el medio de información y de coerción que utilizan mediadores y clientes internos. Éstos son grupos virtuales en la plataforma WhatsApp, mediante la cual los participantes de la relación clientelar comparten información, según los tiempos electorales o no, del contexto político y del partido, pero, a la vez, son medios de vigilancia y de coerción a los participantes. Si bien en la literatura se pueden encontrar casos como el estudiado en Tecámac por Castro Maravilla (2019), lo cierto es que el medio virtual no ha sido tratado como una forma de vigilancia clientelar.

Estos grupos los mediadores los exponen como herramientas que vinculan en demandas y respuestas a partido con ciudadanía. En los estudios de Del Rey Morato (2011), argumenta que la política mediatizada (en la que los medios de comunicación masiva se hacen presentes como medio para la expresión de demandas) dista de ser una forma de participación y competencia política democrática, ya que no son medios oficiales para expresar demandas y pocas veces serán resueltas.

Ligado a lo anterior, en clientes internos, éstos medios digitales son formas de vigilancia tanto para clientes internos como para externos. Ya que en los primeros se ve reflejada su militancia y el apoyo político que intercambian (voto propio más los conseguidos de clientes externos), mientras que en los segundos la vigilancia y coerción trata de reducir la incertidumbre y las reciprocidades débiles que ellos cargan. Es decir, el clientelismo forzado de Schröter (2010) es expresado, pero desde medios virtuales.

Aun así, esto se refuerza y converge con su carga valorativa e instrumental. De hecho, en el acompañamiento a eventos políticos las expectativas de intercambios se fortalecen y, además, los clientes se presentan a sus mediadores para que sean tomados en cuenta. Tal como el estudio de González (2019) en la Ciudad de México, ya que éste observa que dichos eventos refuerzan un discurso valorativo en los clientes que provoca el reforzamiento de los lazos de reciprocidad, lealtad y confianza.

Así, el clientelismo que se encontró comparte características tanto tradicionales como modernas, es decir, tanto instrumentales como normativas (Auyero, 1996; González Tule, 2019). Su acción social es racional, pero entre ésta pasa una carga moral y valorativa en sus participantes, es decir, una serie de expectativas que son insumo para la maximización de ganancias. Aun así, la coerción y la prolongación de la práctica a través del tiempo es la parte tradicional de su morfología; esa estructura con partes en interacción provoca que tanto lo moderno con lo tradicional se retroalimenten y se complementen.

2. Consecuencias del clientelismo en la democracia

Las consecuencias en la democracia, por su parte, son igualmente duales, ya que elementos del clientelismo político pueden cooperar y, también, obstaculizar la consolidación de su transición. Ligado a los conceptos de Corzo (2002), se podría decir que se

encontraron elementos intrínsecos y extrínsecos. Para esto, se relacionaron tres principales dimensiones de la democracia con el clientelismo político, las cuales son competencia, participación y rendición de cuentas. Su cooperación podría considerarse más visible que su obstaculización, pero esta última dificulta la primera, es decir, a pesar de estar presente esa cooperación, la obstaculización la merma.

La competencia se refleja en el conteo del número efectivo de partidos, el cual se diversificó en comparación con las elecciones del año 2018. Un elemento hallado por rescatar es que el clientelismo es parte de la competencia partidaria, ya que con éste se puede cooperar en la integración y generación de demandas al sistema político (Corzo, 2002). Esto se adscribe con el trabajo de Tosoni (2007), quien concluye en su investigación que la competencia transformó las relaciones entre partidos y ciudadanía en la colonia San Lázaro de principios de los años 2000, ya que los clientes tienen una posibilidad mayor de elección, aunque también aparecieron prácticas coercitivas partidarias para reducir la incertidumbre en el trato clientelar.

Sin embargo, esa cooperación se queda corta, ya que la integración es selectiva (incluso por la diferenciación de clientes internos y externos) y las demandas son generadas, pero no son respondidas. Es a lo que Scartascini (2011) llama partidos clientelares, los cuales son meramente pragmáticos y buscan votos mediante una oferta clientelar, dejando de lado la parte social y los proyectos políticos a futuro. Aun así, en contraposición de lo que plantearía Serra (2016) el clientelismo que se halló cuenta con una morfología flexible debido a que el sistema de partidos (con 4.2 partidos efectivos) busca competir desde las relaciones clientelares, por lo tanto, no frena la competencia, sino llega a estructurarla hasta cierto grado.

Ligado a esto, la legitimidad se estructura mayormente en una relación de dominación por constelación de intereses (Weber, 2004). Es de dicha manera porque la obediencia del cliente al mandato (en este caso al hacer determinada labor política,

incluyendo el voto) no se basa en la creencia de la figura de dominación, más bien llega a obedecer porque es un medio para conseguir un fin. Este hallazgo concuerda con lo encontrado por Tosoni (2007) en la colonia San Lázaro y por Auyero (1996, 2001) en Argentina, ya que ambos pudieron notar que esa relación de dominación se sostenía por intereses mutuos de los participantes.

Sin embargo, lo anterior no quiere decir que se tenga una relación libre de valores, a pesar de que el tipo ideal weberiano citado lo delimite de esa forma. Por tal motivo, a lo largo de los capítulos 3 y 4 se hizo referencia al cálculo moral, el cual es instrumental, pero con una serie de expectativas que lo ayudan a su elección racional (Vommaro y Quirós, 2011). Así, los participantes del clientelismo político cargan una serie de expectativas en su accionar social, las cuales salen a flote al momento de evaluar subjetivamente al otro participante (ya sea mediador, patrón o cliente).

Dado lo anterior, la legitimidad se basa en el cumplimiento de intereses de los actores clientelares. No se encuentra legitimidad por la creencia en las habilidades especiales de los clientes (dominación carismática) como lo delimitaría probablemente un clientelismo tradicional como el caciquismo (Moreno Luzón, 1995). No se halló creencia en una figura tradicional, tal como la representación de las mediadoras argentinas que los clientes las asumen como sus “madres” (Auyero y Benzecry, 2016). Y tampoco la legitimidad se basó en la creencia de la autoridad por afectos construidos y vinculantes (Cazorla, 1992). Es decir, la legitimación se basará en el cumplimiento o no de los intereses de los actores participantes en el clientelismo político.

La participación, por su parte, reluce en mayor medida en su vinculación con la democracia. Así, como otro hallazgo, la participación convencional es incentivada desde el clientelismo, ya que las redes clientelares están en función en tiempos cotidianos y se refuerza en tiempos electorales, dado que en estos últimos se ve reflejado todo el trabajo realizado a lo largo del tiempo de unos

comicios a otros (Hagene, 2015). Los círculos internos participan constantemente en eventos comunitarios y desde esos momentos comienzan a vincular a clientes externos, es decir, se va forjando la intención del voto y se culmina con las campañas electorales y las votaciones. Por parte de los círculos externos, la participación más notoria es el sufragio, el cual resume sus evaluaciones y proyecta los tratos clientelares exitosos o no que han vivido.

Lo que se puede contrargumentar es que dicha participación está distorsionada por voluntades externas (Müller, 2012). Lo que se puede responder, en primer lugar, es que incluso acciones por mandatos de terceros se pueden considerar formas de participación (no convencional), aunque no es el caso de los actores entrevistados. Por ejemplo, las acciones violentas referenciadas en algunas entrevistas, pueden ligarse a los ejemplos de movilización política desde el clientelismo que Auyero *et al.* (2008) mencionan.

Lo que atraviesa esos intentos por dirigir la preferencia electoral lo contrarresta la instrumentalidad moral y la flexibilidad del clientelismo moderno en los círculos externos, ya que todos ellos dijeron que no se sienten comprometidos con ningún partido y su decisión (en forma de sufragio) es propia bajo sus criterios. Esta elección final es instrumental, pero bajo criterios valorativos como expectativas acerca de los mediadores. El trabajo de Arriagada (2013) en Chile puede reflejar cómo los clientes deciden su inclinación política final, ya que esas expectativas simbólicas construidas entran en juego y finalizan en las urnas.

El resultado no esperado de dichas acciones es la coerción y vigilancia entre clientes ya mencionada. Es decir, el clientelismo político en Cuautitlán incentiva la participación, sin embargo, las preferencias partidarias intentan desviarse a conveniencia de patrones y mediadores sin éxito debido a la instrumentalidad. Por ello se implementan mecanismos de vigilancia y de coerción a círculos externos y, simultáneamente, a círculos internos. El resultado es tal cual la participación política desde ambos círculos, pero con intentos de acciones tradicionales por interferir en ella.

Finalmente, la rendición de cuentas es la dimensión democrática con mayor saturación en el análisis y, por lo tanto, la que directamente tiene más implicaciones causadas por el clientelismo político. Por parte de los clientes, como otro hallazgo, el clientelismo funge directa e indirectamente como foco de evaluación de rendición de cuentas. O sea, los clientes toman como referencia la relación clientelar, en cuanto al resultado de su culminación, para la evaluación partidaria o de gobierno y así encaminar su preferencia electoral (Vommaro y Quirós, 2011); o bien, el clientelismo es fuente indirecta por el acercamiento de los clientes con el campo político, ya que relaciones de este tipo acercan a los actores a información del acontecer político en el municipio (Auyero, 2011).

Los clientes y su cercanía con los mediadores clientelares, por lo tanto, cuentan con más información directa para evaluar a sus representantes, aunque como fuente indirecta, dados los tratos a futuro, su evaluación es menor. Esto concuerda con los hallazgos de Auyero (2000), ya que pudo observar que los clientes internos cuentan con más información política, debido a que ellos están inmersos dentro del campo político en la red clientelar. Por otro lado, los clientes externos cuentan con menor información por su distanciamiento con el contexto político y con una mayor evaluación directamente en función a los tratos clientelares.

En el caso del municipio y de los clientes entrevistados, los tratos fracasados en el pasado afectan la evaluación presente. Es decir, si un cliente externo fue anteriormente interno y su salida se debió por la ruptura de expectativas, esa percepción perdura y es parte de evaluaciones por rendición de cuentas en tiempos presentes. Por lo tanto, en concordancia con Corzo (2002), el clientelismo puede fomentar la rendición de cuentas, ya que éste parte del supuesto de cubrir intereses a los clientes, en otras palabras, la respuesta a demandas de bienes y servicios es el punto clave para la evaluación clientelar (desde un cálculo moral) para premiar o castigar al mediador o patrón.

Por parte de los mediadores entrevistados, su rendición de cuentas horizontal la efectúan desde lo que viven dentro del partido o la burocracia y, al mismo tiempo, generan imágenes políticas adscritas al partido en el que militan. Además, la coalición fue una forma de tratar de reducir la hegemonía morenista en el municipio, aunque parte de ésta no se encuentra conforme con dicha acción y considera que su unión partidaria causó consecuencias negativas. Aun así, la victoria para la coalición representa la insatisfacción generalizada por el gobierno de Morena 2018-2021, la cual provocó la unión de los partidos anteriormente antagónicos.

Con ello, se le ha dado respuesta a la pregunta general y la hipótesis de investigación, en términos generales, se cumple; aunque si se profundiza y se complejiza más, la hipótesis en algunas variables queda débil, ya que los rezagos tradicionales del clientelismo político obstaculizan la convivencia plena de su forma moderna con las dimensiones democráticas. Aun así, metodológicamente dicha hipótesis deductiva se construyó en función de tipos ideales, por lo que en el contraste empírico era de esperarse encontrar algunas displicencias entre tipo ideal y objeto de estudio.

3. Ventajas y desventajas metodológicas

En relación con lo metodológico, las ventajas que se tuvieron al realizar la investigación desde un enfoque cualitativo, con el uso de entrevista semiestructurada y con la teoría fundamentada como herramienta de análisis son las siguientes:

En primer lugar, cabe recordar que el estudio que se presentó fue un estudio de caso instrumental, el cual pretende poner a prueba un marco conceptual para una posterior generalización analítica (Gunderman Kroll, 2013). La estructura weberiana típica ideal (que se concentró en el análisis desde la teoría fundamentada) permitió contrastar conceptos de clientelismo político como de democracia que se podrían considerar opuestos, ya que

el fin no era comprobar su existencia (forzando y estirándolos), sino encontrar diferencias y complementos entre ambos.

Retomando el tema de la generalización, desde un inicio se delimitó que ésta es analítica, por lo que es distinta a la generalización estadística clásica (Gunderman Kroll, 2013). Por ello, al momento de mencionar las características del objeto del caso de estudio, las generalizaciones se delimitan de acuerdo con el marco analítico que se ha propuesto, con el fin de encontrar concordancias o diferencias entre éste y los datos construidos. El fin nunca fue generalizar de manera estadística, ya que el número de entrevistas no representan estadísticamente al municipio, aunque puede ser uno en varios casos similares si se compara con investigaciones futuras.

En segundo lugar, se les otorga importancia a las subjetividades de las percepciones de los actores participantes, pero sin dejar de lado la labor del investigador, ya que este último les construye nombres, les da orden y coherencia a lo primero (Harris, 2004). Por ende, se les da un peso importante a las entrevistas, ya que las respuestas de los informantes son el “punto de vista” de los actores clientelares. Aun así, esto se complementó con observaciones del investigador, así como con fuentes secundarias y terciarias (expuestas desde el capítulo 2) que triangularon información para una mayor profundidad.

Finalmente, se pudo ahondar en la información construida. Ya que la simultaneidad de análisis y recolección permite la saturación progresiva de determinadas categorías y el hallazgo de nuevas, las cuales en su conjunto se ven reflejadas en la narrativa con categorías centrales (en el caso de la tesis fue la de círculos de mediadores) como base (Strauss y Corbin, 2002). Por tal motivo, el orden que se le fue dando es simultáneo a la aplicación de entrevistas en su momento. Esto permite el manejo de las categorías que se usaron, por un lado, para la construcción del guion de entrevista y, por otro, para la codificación. En otras palabras, la simultaneidad entre análisis y recolección permitió agregar, suprimir y encontrar nuevas categorías.

Las desventajas, por su parte, son las siguientes: en primer lugar, la especificidad de los actores estudiados, ya que el trabajo se basó en perfiles determinados que fueron surgiendo a lo largo del trabajo de campo (con la bola de nieve como muestreo) y se dejaron fuera casos que pueden complementar (mencionados por los actores entrevistados) y enriquecer la investigación. Por lo que siempre se hizo alusión que las generalizaciones obtenidas se basan en las entrevistas realizadas y no son una representación estadística del municipio, ni siquiera de los clientes o mediadores de este mismo.

En segundo lugar y vinculado con lo anterior, el clientelismo al ser una relación cerrada, el conseguir entrevistas fue difícil, debido a la hermeticidad de la práctica; como dato metodológico, se debe mencionar que quedaron al menos 7 entrevistas pendientes que no se pudieron llevar a cabo porque no hubo respuesta y acuerdo formal con los informantes. Por tal motivo, trabajar el clientelismo político, por ser a la vez una categoría moral, puede llegar a ser complicado contactar informantes; incluso, al ya tenerlos contactados se necesitan las herramientas y preparación adecuadas para entablar el diálogo, ya que es un tema incómodo con resonancias negativas en la moral de los actores políticos (Vommaro y Quirós, 2011).

Finalmente, surgieron temas diversos a relacionar, dada la profundización en el campo y en la información, pero se debieron ignorar y guardar para futuras investigaciones. De hecho, una de las tareas en el análisis desde la teoría fundamentada es seleccionar las categorías más trascendentales (saturadas) en el conjunto de datos (Restrepo, 2013). Así que temáticas que hayan surgido en el transcurso del trabajo de campo se debieron guardar para futuras investigaciones, ya que éstas requieren un diseño especial, selección teórica y técnicas específicas para su tratamiento.

4. Temas pendientes a futuro

Dichos temas pueden enumerarse, por un lado, por sus vías temáticas de la siguiente manera: en primer lugar, tratar a clientes internos, externos, mediadores o patronos en particular, ya que, a pesar de ser actores en relación mutua, lo cierto es que cada uno de ellos tienen sus propias formas de percepción y acción del clientelismo político y de afecciones en las democracias. Por ello, su estudio en forma individual (aunque después se podrían vincular cada uno de ellos) puede traer hallazgos a los temas. Esto se puede estructurar enfocándose en el mismo contexto o, en su caso, proyectarlo hacia otros municipios con el fin de enriquecer la comparación del estudio de caso instrumental.

En segundo lugar, se pueden realizar investigaciones incluso más específicas que rindan cuenta del fenómeno. Por ejemplo, se podría enfocar en algún partido y darles seguimiento a sus formas de integración y competencia en particular, lo que puede evidenciar prácticas clientelares desde otro tipo de actores o niveles y, además, configuraciones de las dimensiones democráticas desde otra perspectiva. Estas ópticas pueden ser semejantes o distintas si se comparan, posteriormente, distintos partidos o el mismo, pero en un lapso de tiempo.

Finalmente, se pueden explorar temas por separado, aunque relacionados con asuntos como corrupción, antipartidismo, políticas públicas, élites o desarrollo municipal. Éstas fueron mencionadas y si se profundiza en ellas puede expandir el conocimiento acerca de esos temas en el municipio. Aunque se requeriría una planeación de investigación distinta, a pesar de que puede estar vinculada con las categorías que se presentaron en esta tesis, ya que son temas particulares, con concepciones teóricas específicas y su forma de acercarse puede ser distinta.

Por otro lado, las futuras investigaciones se pueden ordenar según su parte metodológica: en primer lugar, se puede aplicar el mismo enfoque e instrumentos de recopilación y análisis en más casos. Por ejemplo, todos los municipios del Corredor Azul, esto

con fines de comparación y generar explicaciones más amplias en función del marco que se utilizó. Con ello se pueden delimitar semejanzas y diferencias entre los municipios que se consideran congruentes en su historial político y en desarrollo económico y social. Además, al ser un estudio de caso instrumental, el punto máximo a alcanzar es que la generalización se base en más de un caso empírico.

En segundo lugar, se podría aplicar un enfoque distinto, es decir, optar por un estudio cuantitativo. Éste se caracteriza por ser meramente deductivo y con fines de comprobar la existencia empírica de elementos teóricos, para esto se tendrían que operacionalizar los conceptos analíticos utilizados para la creación de un cuestionario y aplicarlo a una muestra del municipio. Los resultados por sí solos se pudieran generalizar estadísticamente, por la naturaleza del enfoque, aunque también podrían cruzarse con los resultados cualitativos descritos anteriormente y, con ello, enriquecer la explicación desde un enfoque mixto.

Lo que se puede decir, para culminar el presente, es que clientelismo político y democracia no son siempre opuestos, sino que pueden cooperarse mutuamente. Sin embargo, la historia del régimen político mexicano trae como resultado que el clientelismo propio de los autoritarismos salga a relucir en un régimen con mínimos democráticos. Hablando de democracia mexicana, la transición aún está en curso y casos como el de Cuautitlán reflejan que el uso de prácticas como las clientelares cooperan y a la vez pueden obstaculizar esa transición. Lo que queda, por ahora, es tratar de explicar esa dualidad y proponer nuevas formas de explicación, ya que, como señala, Weber (2004) la realidad construida es muy amplia y para ella hay explicaciones diversas, por lo que cooperar en éstas enriquece el conocimiento y fortalece la explicación sociológica acerca de una democracia con prácticas híbridas como la mexicana.

Anexo 1. Metodología

1. Teoría fundamentada deductiva en estudio de caso instrumental

A lo largo de la obra se ha ido estableciendo el apego a la postura weberiana, tanto metodológica como teóricamente. Ambos niveles están vinculados, ya que la metodología parte del individuo metodológico, el cual construye la realidad en función del sentido mentado dirigido a terceros, pero el científico necesita construir herramientas de análisis para compararlas con las construcciones de los actores en la sociedad. Por lo tanto, el uso de tipos ideales provee un marco de análisis de las construcciones de los actores y su accionar social.

Por ende, se hiló una estrategia weberiana, ya que en el primer capítulo se estructuró un marco teórico-analítico y en el segundo capítulo se comparó en el contexto de Cuautitlán. A pesar de ello, el individuo es crucial en la propuesta metodológica, por ende, los capítulos 3 y 4 se enfocaron en la subjetividad de los actores sociales en cuanto al clientelismo político y la democracia. Para dichas comparaciones se utilizó la teoría fundamentada (aunque de una forma distante de la original) y los hallazgos fueron los elementos cruciales del funcionamiento del clientelismo político: dicho recorrido empírico se presenta a continuación.

Metodología de recopilación y análisis de la información: ¿teoría fundamentada deductiva?

La investigación social tiene dos enfoques principales en su trasfondo, los cuales son el cuantitativo y el cualitativo¹ (Sampieri, Collado y Baptista, 2014). La teoría fundamentada es una metodología cualitativa que recupera las principales características de este enfoque. En primer lugar, su objetivo es la comprensión de los significados recopilados y analizados, ya que “la Teo-

¹ La investigación cuantitativa se caracteriza por el distanciamiento entre investigador y estudio, ostenta una estructuración vertical, trata de no influir en el contexto social, la realidad es externa al investigador y los instrumentos requieren precisión para replicar la investigación. Por su parte, la investigación cualitativa cuenta entre sus características con la comprensión de los significados; el apego a la explicación y exploración en la investigación; la teoría no es el punto de partida, siendo, muchas veces, la culminación; su estructura es más flexible, intercalando sus fases durante toda la investigación; y, finalmente, los datos son considerados como ricos y profundos (González y Ruiz, 2011).

ría Fundamentada permite articular, en el desarrollo de la investigación, la identificación del contenido de la Representación, las relaciones entre sus elementos y la determinación y control del núcleo central” (Restrepo, 2013, p. 129). Por lo tanto, su trasfondo epistemológico es meramente constructivista, el cual se basa en la construcción social de la realidad desde los grupos estudiados, sus participantes y los significados que éstos le adjudican.

En segundo lugar, se pueden ver los tres propósitos que la investigación social puede tener por separado o combinados, es decir, el acercamiento, la descripción y la explicación (Babbie, 1996). Al ser una metodología que construye una “teoría sustantiva”, el análisis combina los tres propósitos, ya que al estar recopilando los datos desde el trabajo de campo y haciendo el análisis al mismo tiempo, las categorizaciones que van surgiendo y se van fundamentando pueden estar adscritas a alguno o todos éstos.

En tercer lugar, la teoría que se construye y es la culminación. Desde una posición clásica, la teoría fundamentada tiene una estructura inductiva que explora, describe, selecciona y vincula los hallazgos en el campo, por ello, se diferencia de una metodología cuantitativa que tiene como fin la comprobación de una teoría, en función de hipótesis, ya que “un estudio de teoría fundamentada se inicia con una pregunta general, no con hipótesis. Esta pregunta suele ser del tipo ¿qué es lo que pasa aquí?, ¿qué es lo que sucede?” (De la Cuesta, 2006, p. 138). Aun así, también puede trabajarse con categorías, basadas en teorías, prediseñadas (de una forma deductiva), las cuales se contrastarían con los datos recopilados para modificar, reestructurar o cambiar el marco analítico inicial, “a veces sucede que los datos coinciden exactamente con lo que dice la literatura, por lo que se debe estar atento para que la familiaridad con esta última no impida nuevos hallazgos” (Hernández y Manzano, 2010, p. 32).

Finalmente, se caracteriza por su flexibilidad, ya que su estructura puede decirse que es espiral o circular. Así, se tiene la posibilidad de regresar al planteamiento del problema, modificar la pregunta de investigación e ir conformando la muestra de acuerdo con las necesidades y sucesos que se vayan presentando a lo largo de la investigación. Entre las principales características se encuentra el análisis y la recopilación que se realizan mutuamente y durante toda la investigación, en comparación con la metodología cuantitativa en la que se efectúa primero uno y después el otro, esto posibilita la reestructuración del diseño de la investigación, puesto que la información recopilada puede brindar elementos que se pudieron haber dejado de lado (Schettini y Cortazzo, 2015).

Por lo tanto, la teoría fundamentada es una de las muchas metodologías que se hallan en el acervo del enfoque cualitativo. El manejo de los significados, la posibilidad de acercarse, describir y explicar, así como su flexibilidad, posibilitan que la teoría construida desde el campo empírico sea sólida y congruente, ya que se toma en cuenta la información directa de las fuentes consultadas. Aun así, el proceso puede ser largo y se requiere,

en primer lugar, de una guía metodológica para poder llevarla a cabo y, en segundo lugar, tener presente el muestreo y la saturación de la información, en el que la sensibilidad teórica del investigador juega un papel importante.

Los momentos de la teoría fundamentada se pueden explicar de acuerdo con las codificaciones que el investigador realiza e interpreta con los datos recolectados. Pero, antes de pasar a los elementos específicos de cada momento de codificación, hay que tener en cuenta que el análisis de la teoría fundamentada es, en sí, un microanálisis de los datos, ya que “el microanálisis exige examinar e interpretar datos de manera cuidadosa, y a menudo hasta minuciosa ... Separamos los datos y trabajamos con los cuadros, palabras, frases, oraciones, párrafos y otros segmentos del material” (Strauss y Corbin, 2002, p. 64). Por lo tanto, la codificación será el producto del microanálisis, al nombrar los distintos fragmentos con alguna etiqueta porque “define los procedimientos y la lógica para pensar los datos, organizarlos, sintetizarlos, conceptualizarlos y relacionarlos” (Restrepo, 2013, p. 127).

En primer lugar, se realiza la codificación abierta, la cual tiene como fin la fragmentación de datos, asignándole a cada fragmento un código, los cuales se organizan en categorías que se ordenan según las propiedades específicas de éstas (Hernández y Manzano, 2010). El código que se le adjudique a los fragmentos, según Strauss y Corbin (2002), puede ser, por un lado un “código en vivo”, es decir, un fragmento del texto que se utiliza tal cual como código en la codificación; o, por otro lado, puede ser una “construcción sociológica”, la cual se basa en el criterio del investigador para nombrar el código y “la denominación otorgada será determinante para agrupar los incidentes cuando poseen características o propiedades comunes, en cuyo caso deberá ocuparse el mismo nombre o código según la opción utilizada” (Gaete Quezada, 2014, p. 161).

Otro aspecto importante por considerar en la codificación abierta es la comparación constante (Strauss y Corbin, 2002), ya que con ésta se pueden encontrar similitudes y diferencias en los fragmentos a codificar. Con base en esa comparación se obtendrán las primeras categorías, vistas como un conjunto lógico de códigos, que van forjando la teoría emergente y su explicación. Para realizar la comparación se recomienda:

- a) comparar diferentes personas entrevistadas según sus puntos de vista, situaciones, acciones o experiencias; b) comparar los datos de los mismos individuos en diferentes puntos en el tiempo; c) comparar incidente por incidente; d) comparar los datos con la categoría; y e) comparar una categoría con otras categorías (Charzmaz, 2000, p. 515, citado en Gaete Quezada, 2014).

En segundo lugar, la codificación axial se lleva a cabo con la intención de realizar conexiones entre las categorías construidas y su resultado es la delimitación de categorías centrales y su relación con categorías y sub-

categorías restantes (Hernández y Manzano, 2010). En esta codificación se realiza una depuración de las categorías que se construyeron con los códigos en la codificación abierta, con la que se busca “relacionar las categorías a las subcategorías alrededor de un eje que enlaza las categorías en cuanto a sus propiedades y dimensiones” (Restrepo, 2013, p. 127).

La codificación axial da un paso más en la constitución de la teoría emergente, ya que ésta comienza a marcar los distintos vínculos entre las categorías y, además, va adjudicándoles jerarquía. Se puede decir que en la codificación abierta se realiza, aunque no únicamente, un mayor acercamiento y descripción, pero la codificación axial “permite pasar de la descripción de los datos a un nivel mayor de organización conceptual que da cuenta no sólo del contenido de la categoría, sino de las relaciones entre el contenido y la estructura (Restrepo, 2013, p. 127).

Para poder llevar a cabo las relaciones, es necesario apoyarse en el llamado paradigma de codificación. La función de “esta matriz permite presentar esquemáticamente las relaciones entre los fenómenos, las condiciones, las acciones/interacciones y las consecuencias que componen cada una de las categorías emergentes” (Restrepo, 2013, p. 127). Siguiendo a Strauss y Corbin (2002) el paradigma está conformado por fenómenos, condiciones, acciones y consecuencias; éstos dan respuesta a patrones repetidos, acontecimientos, estrategias rutinarias y los efectos de las acciones.

Finalmente, la codificación selectiva integra las categorías en una teoría fundamentada, esto mediante la configuración de un relato que describe el fenómeno en relación con la categoría central elegida. La selección de la categoría central está íntimamente relacionada con la construcción axial de la codificación anterior, ya que las interrelaciones establecidas se tomarán como insumos para la selección de la categoría central, la cual tiene que dirigir el relato del fenómeno (Hernández y Manzano, 2010).

La codificación selectiva necesita evidenciar las relaciones de todas las categorías en función de la o las categorías centrales y se tiene que considerar lo siguiente: la relación de todas las categorías principales con las centrales; todos los datos deben tener relación en cuanto a frecuencia con la categoría central; la explicación debe girar en torno a la categoría sin forzar los datos; el nombre de la categoría debe ser lo más abstracto posible para poder hacer investigaciones en otras áreas sustantivas; a medida que la delimitación de la categoría crece, la teoría también se alimenta; y la categoría puede explicar las variaciones, así como el asunto central (Strauss y Corbin, 2002, en Restrepo, 2013, y Gaete Quezada, 2014).

Con la selección adecuada de la categoría central, entonces, se pasa a la estructuración de la narrativa, es decir, la descripción y explicación del fenómeno central en el estudio. Para esto, en primer lugar, se elige la categoría central que mejor describe la historia, para lo cual se necesitan los elementos antes mencionados en ella, y, posteriormente, se definen sus propiedades y dimensiones en función de sus relaciones con las otras categorías (Hernán-

dez y Manzano, 2010). La codificación selectiva finaliza al momento de saturar la información, es decir, “es el punto en la construcción de la categoría en el cual ya no emergen propiedades, dimensiones o relaciones nuevas durante el análisis” (Natera, Guerrero, Ledesma y Ojeda, 2017, p. 198).

El muestreo en la teoría fundamentada es el llamado muestreo teórico, basándose en la saturación de la información de códigos y/o categorías que se van construyendo y relacionando en los procesos de categorización, es decir, abierta, axial y selectiva (Sampieri, Collado y Baptista, 2014). Por saturación se entiende al momento en el que códigos o categorías se repiten al grado de no agregar información nueva. A diferencia de la investigación cuantitativa, en la que el muestreo se delimita desde un inicio, la teoría fundamentada define una primera muestra, con la que hace un primer acercamiento con el fin de ir realizando el trabajo de categorización y con la posibilidad de que esos primeros informantes vinculen al investigador con otros (hasta conseguir saturación en el análisis) (Sampieri, Collado y Baptista, 2014).

Así, por ejemplo, se puede iniciar con una muestra inicial, con la cual se recogen los primeros datos de acercamiento, con esto se realiza la codificación abierta y lanzará las primeras categorías. Después, con las primeras categorías construidas, se regresa a campo con la misma muestra o con una nueva para buscar elementos más específicos con base en la primera categorización, se realiza el análisis y se pueden ir enlazando las categorías e, incluso, proponiendo la categoría central. Finalmente, se necesita regresar a campo hasta que la saturación dé por edificada la teoría fundamentada (Sampieri, Collado y Baptista, 2014).

En el trabajo de campo que se realizó, se utilizó el *software* Atlas Ti como herramienta de apoyo. En éste se introdujeron las transcripciones de las entrevistas y se fueron codificando en los tres momentos que delimita la teoría fundamentada. Al finalizar se utilizó el enraizamiento (es decir, la frecuencia de determinado código en el análisis) para un acercamiento a los códigos más saturados (con mayor enraizamiento). Posteriormente, se hizo un análisis transversal, el cual lanza los cruces de códigos entre sí y, con ello, se delimitó la narrativa teórica en relación con las categorías centrales (bien y servicio a intercambiar, necesidad y círculos de mediadores) que fueron la base de los capítulos 3 y 4.

Por lo tanto, la teoría fundamentada puede cooperar al uso de la teoría y metodología weberiana. Esto se debe a su constante comparación entre categorías (hasta la saturación) y el material empírico permite extraer las diferencias y semejanzas entre la construcción teórica científica y la construcción de la realidad por parte del investigador. El presente utilizó la teoría fundamentada como herramienta de recolección y análisis de datos, pero desde su versión deductiva, ya que se contaba con un marco analítico con el cual se construyó un guion para la aplicación de entrevistas semiestructuradas y, además, códigos para su codificación.

Perfil de los entrevistados y descripción del trabajo de campo

La recolección y el análisis de datos se fue realizando a la par, ya que conforme se aplicaba una entrevista ésta era codificada. Aun así, como ya se ha mencionado, antes de sumergirse en campo se delimitó un marco teórico-analítico que fungió como guía (típica ideal) para, en primer lugar, la construcción de los guiones de entrevista y, en segundo lugar, la construcción de los códigos iniciales para las codificaciones. En todo momento se tuvo en mente el muestreo teórico y la metodología de la bola de nieve con el fin de contactar a nuevos informantes en función de los que se fueron entrevistando.

Cabe señalar que conforme se avanzó en la aplicación de entrevistas, el perfil de los informantes fue variando, aunque al final se puede decir que se entrevistó a cuatro mediadores y ocho clientes. Estos últimos se categorizaron cuatro, en un primer momento, como parte de círculos internos y cuatro de círculos externos, sin embargo, un primer hallazgo se dio al percatarse que dicha frontera llega a ser borrosa y los miembros de círculos externos fueron parte de círculos internos en el pasado. De las 12 entrevistas, seis fueron a hombres y seis a mujeres, sin embargo, los cuatro mediadores fueron hombres y en cuanto a los clientes seis fueron mujeres y dos hombres.

Mediadores partidarios y sus escenarios clientelares

En un primer momento, la investigación se había planteado con el trabajo de campo únicamente en cooperación con clientes. Sin embargo, se optó por el trabajo con mediadores por, en primer lugar, tomar en cuenta su percepción de las relaciones clientelares y sus modos de acción en función a éstas y, en segundo lugar, por ser canales de vínculos con entrevistas nuevas (algo que, por cierto, fracasó). Así, los cuatro mediadores entrevistados son parte de partidos políticos en posiciones jerárquicas altas.²

Los mediadores son miembros de distintos partidos y se contactaron por su número personal y sus redes sociales. Dos de ellos me concedieron la entrevista en las oficinas de sus respectivos comités municipales, uno de ellos en el parque central de Cuautitlán y uno más en su casa. Su accesibilidad a las preguntas siempre fue atenta, amable y con respeto, pero con la bandera de su partido en cada momento.

La primera entrevista (quien me recibió en su casa) fue un punto de partida importante y, a la vez, un cúmulo de dificultades, ya que no me

² Para González Tule, Guzmán y Tuirán (2019) la estructura clientelar, en su estudio de caso en Colombia, se levanta en distintas jerarquías de mediadores, los cuales van desde los líderes vecinales hasta el mediador que coordina el partido bajo supervisión de su patrón.

fue posible grabar y, además, fue la entrevista más larga, aun así, me abrió la oportunidad de visualizar un panorama general de la política y el clientelismo en Cuautitlán. Resaltaban las constantes críticas a la coalición y al mal funcionamiento de Morena en el poder y sus fisuras internas, elementos claves en las elecciones de 2021, y sobre todo las estrategias partidarias para atraer y conseguir apoyo político. Dicho actor político era un político veterano (me describió elementos de la política de Cuautitlán de décadas pasadas constantemente) abierto hacia la función del clientelismo.

Por otro lado, se expresó un clientelismo político como arraigo tradicional, pero en sus discursos siempre se le etiqueta como parte de actos corruptos. Los dos ejemplos más evidentes fueron los mediadores que se entrevistaron en sus oficinas. Uno de ellos en todo momento criticó a Morena en su labor como corrupta, nunca dijo de manera explícita las formas en las que su partido obtiene apoyo (él mencionó que no busca voluntades, sino “almas”). Sin embargo, en su oficina había una bolsa de regalos (probablemente para el 6 de enero) que repartió en algún evento en sus círculos internos, también aceptó que tiene trabajadores del partido en contacto con zonas vulnerables y, además, como una estampa precisa de ese clientelismo arraigado, al final de la sesión me ofreció unirme a su partido, tratando de generar reciprocidad por la entrevista que me había otorgado y en función a su discurso que utilizó a lo largo de ésta.

El otro mediador que también me recibió en las oficinas del comité municipal fue más abierto en sus respuestas. Si bien su discurso siempre estuvo apegado a la ideología del partido y etiquetó a sus contrarios como corruptos y clientelares, lo cierto es que se mostró siempre consiente del clientelismo que lleva a cabo y preocupado por la falta de reciprocidad de sus clientes. Al igual que en la otra oficina, en ésta se podían ver herramientas para este tipo de relaciones, en este caso un set de corte de cabello con un letrero con la leyenda “gratis”, algo que el actor político aceptó ofrecían a la comunidad.

Finalmente, el actor político que me concedió la entrevista en el jardín municipal fue el más breve en sus respuestas y el más abierto. Mencionó abierta y explícitamente sus métodos para conseguir apoyo, los bienes de intercambio y los resultados de estas relaciones en las elecciones pasadas. Su partido se puede categorizar como chico, pero su labor cotidiana con programas clientelares finos fue de lo que más orgullosos se sintieron (ya que iba con uno de sus compañeros, el cual tenía la posición de secretario del partido).

Conforme se aplicaron las entrevistas, la codificación abierta fue realizada en función de un grupo de categorías construidas a partir del marco analítico de codificación. Sin embargo, a lo largo del análisis aparecieron códigos nuevos que se fueron incluyendo en categorías existentes o, en su caso, construyendo nuevas. Las entrevistas hechas a mediadores de la parte alta jerárquica permitieron visualizar el clientelismo político desde su ma-

quinaria y, además, el rechazo y aceptación de estas relaciones en el discurso político. Aun así, la otra parte de la relación clientelar estuvo colocada en los clientes que se entrevistaron.

Clientes internos y clientes externos necesitados

Al trabajar el clientelismo político, la perspectiva del cliente es insumo crucial (Auyero, 1996), ya que en ésta se condensan en subjetividades las evaluaciones, causas, consecuencias y percepciones hacia el clientelismo político. Por lo tanto, las 8 entrevistas realizadas son parte clave en la presente investigación, debido a su riqueza empírica contenida en cada frase que las y los informantes expresaron. Es decir, con los mediadores se pudo observar el clientelismo político desde arriba, pero con los clientes se puede observar desde abajo.

La categorización de círculo interno y externo fue un punto clave al buscar el perfil de cliente con el cual trabajar. La intención inicial fue la de categorizar un tercer tipo de círculo, en el que los clientes serían parte de diversas relaciones clientelares cruzadas por su instrumentalidad, sin embargo, no fue posible encontrar más de cuatro clientes con esas características. Por ello, se optó por entrevistar a cuatro clientas más parte de círculos internos; cabe señalar, el código “círculo interno” (parte de la categoría de clientelismo tradicional) fue el más saturado, pero siempre en conveniencia con otros códigos, tales como “maximizador” de ganancias”, “círculo externo” e “ilusionariedad”.

Los cuatro clientes del círculo interno tienen un enlace con un partido político en particular. Dos clientas son parte de Morena y dos más del PRI. Las dos clientas de Morena cuentan con estudios universitarios, mientras que las del PRI una de ellas igualmente es profesionista y la otra es ama de casa y comerciante.

A las clientas de Morena se les aplicó la entrevista en una plaza pública y a las clientas del PRI se les aplicó en su unidad habitacional. En general, las cuatro, incluyendo las clientas de Morena, se mostraron insatisfechas en su evaluación retrospectiva al gobierno de Morena (2018-2021), ya que no cubrió sus expectativas y, por ende, sus necesidades. En cuanto a las clientas del PRI, mencionó que sigue en la relación clientelar en busca de apoyo, pero su evaluación negativa se extiende a los mediadores del partido.

Por parte de los entrevistados de círculos externos, la principal característica de éstos fue que pertenecían a círculos internos y por la insatisfacción del funcionar de las relaciones clientelares salieron de aquéllas y se volvieron clientes externos. Uno de ellos (con estudios universitarios concluidos) era parte de círculos internos de Morena, otras dos (una obrera y otra trabajadora doméstica) eran parte de círculos internos del PRI. Finalmente, el último cliente es parte de la asociación de Comerciantes del municipio y, por ende, es comerciante. Su principal argumento negativo fue

en función de los mediadores y las preferencias a ciertos clientes internos (incluso cuando ellos eran parte de círculos internos).

Cabe señalar que las entrevistas se tornaron siempre a los hechos y sus vivencias. Aun así, en algunas florecía la ideología política de los informantes, pero éstos dejaron de lado el discurso político de cada uno de los partidos. La codificación se fue realizando de la misma forma que con los mediadores y desde los tres momentos de la teoría fundamentada y, adelantando lo que se expondrá a continuación, la maximización de ganancias e ilusionariedad permea el intercambio clientelar, tanto de círculos internos como de externos, elementos que, a la vez, repercuten en la democracia mexicana.

Cuadro 1. Perfil de los entrevistados

Nombre (seudónimo)	Edad	Ocupación	Partido	Tipo de actor clientelar	Escolaridad	Fecha de la entrevista	Duración de la entrevista
Mario	70	Político profesional (retirado)	Morena	Mediador/patrón	Secundaria	14-1-2022	2 horas
Juan	40	Político profesional	PRD	Mediador/patrón	Licenciatura	26-1-2022	38 minutos
Lorenzo	40	Político profesional	PAN	Mediador/patrón	Licenciatura	28-1-2022	45 minutos
José	40	Político profesional	PT	Mediador/patrón	Licenciatura	4-2-2022	28 minutos
Rosario	55	Ama de casa	PRI	Clienta interna	Secundaria	15-1-2022	27 minutos
Karina	27	Trabajadora en empresa de monitoreo	Morena	Clienta interna	Licenciatura	23-2-2022	1 hora
Carol	27	Trabajadora en empresa de monitoreo	Morena	Clienta interna	Licenciatura	26-2-2022	48 minutos
Isabel	26	Desempleada (a la espera de puesto en la burocracia)	PRI	Clienta interna	Licenciatura	28-2-2022	35 minutos
Antonia	50	Trabajadora doméstica	Ex-PRI	Clienta externa	Secundaria	17-2-2022	35 minutos
Pedro	45	Comerciante	PRI (actualmente)	Cliente externo	Secundaria	20-2-2022	33 minutos
Selma	32	Obrera	Ex-PRI	Cliente externo	Secundaria	21-2-2022	32 minutos
Miguel	28	Docente de preparatoria	Ex-Morena	Cliente externo	Licenciatura	25-2-2022	1 hora

Guion de entrevista mediadores

1. Participación

- ¿Cómo se unió al partido?
- ¿Qué lugar (puesto) ocupa en éste?
- ¿Cuáles son las formas con las que el partido pide apoyo?
- ¿Quiénes coordinan o dirigen las acciones del partido?
- ¿Qué función tuvo usted en las elecciones pasadas?
- ¿Qué ganaba usted si el partido quedaba en el poder?
- ¿Otros partidos le ofrecieron “algo” a cambio de su apoyo?

2. Competencia

- ¿Hubo alguna complicación con su labor en las campañas anteriores?
- ¿El partido considera seguro el voto de todos sus militantes? (¿Cómo puede asegurarlo? o ¿cómo lo asegura?)
- ¿Lo han presionado para realizar alguna actividad en el partido?

3. Rendición de cuentas

- ¿Cómo cree que los ciudadanos evalúan a los partidos para otorgarle su voto?
- ¿Cómo se informa de las acciones del partido en el gobierno?

4. Legitimidad

- ¿Qué opina del gobierno anterior?
- ¿Qué opina del candidato, en las últimas elecciones, a nivel municipal de su partido?
- ¿Qué opina del grupo de militantes que se encargaron de pedir apoyo para su partido en las pasadas elecciones?

Guion entrevista clientes

1. Participación

- ¿Cómo se unió al partido(s)?
- ¿Qué le han ofrecido los partidos a cambio de su apoyo (voto)?
- ¿Quiénes coordinan o dirigen las acciones del partido(s)? (¿Usted conoce a alguien que coordine o dirija al partido?)
- ¿Cómo apoyó al (los) partidos(s) en las pasadas elecciones?
- ¿Qué ganaba usted si el partido quedaba en el poder?
- ¿Otros partidos le ofrecieron “algo” a cambio de su apoyo?*

2. Competencia

- ¿Qué partidos o candidatos le ofrecieron “algo” a cambio de que votaran por ellos en las elecciones pasadas?

¿Qué me puede decir de las propuestas de los partidos en las elecciones pasadas? (¿Recuerda alguna?)
¿Lo han presionado para realizar alguna actividad en el partido(s)?

3. *Rendición de cuentas*

¿Cómo evalúa a un partido para otorgarle su voto?
¿Cómo se informa de las acciones del partido en el gobierno?

4. *Legitimidad*

¿Qué opina del gobierno anterior?
¿Qué opina de los candidatos a presidente municipal de las elecciones anteriores?
¿Qué opina de las personas que se encargaron de pedir apoyo para su partido en las pasadas elecciones?

Cuadro 2. Códigos para análisis

Código ¹	Definición operativa ²	Enraizamiento frecuencia ³	Grupos de códigos/categoría ⁴
Bien y servicio a intercambiar	Insunos que se intercambian en la relación clientelar para cubrir las necesidades de los participantes.	93	Clientelismo en general
Necesidad	Carencia de determinados elementos para la vida diaria del cliente, mediador y patrón.	53	Clientelismo en general
Eventos políticos	Reuniones que se ofrecen a los clientes para que éstos apoyen a los mediadores y/o patrones a cambio de algún incentivo que necesiten.	21	Clientelismo en general
Mediador(a)	Actor político que enlaza al patrón con el cliente.	20	Clientelismo en general
Red de círculo externo a interno	Herramienta clientelar con la que clientes de círculos externos son incluidos esporádicamente en redes de círculos internos.	16	Clientelismo en general
Rumor de compra de votos	Sospecha y conocimiento de la compra de votos sin llegar a haberla ejercido	5	Clientelismo en general
Apoyo al mediador o patrón	Acciones con las que el cliente apoya políticamente al mediador o patrón.	5	Clientelismo en general

¹ Herramientas de análisis de información construidas con marco conceptual.

² Definición del concepto al que se adscribe cada código.

³ Número de veces que se repitió el código, con la cual se delimita la saturación de la información.

⁴ Grupos de códigos que en conjunto estructuran la red de análisis.

Código	Definición operativa	Enraizamiento frecuencia	Grupos de códigos/categoría
Amistad asimétrica	Relaciones de amistad con posiciones jerárquicas distintas debido a su posición en la relación clientelar.	4	Clientelismo en general
Ilusionariedad	Certeza reducida de la conclusión del trato en los participantes de la relación clientelar.	40	Clientelismo moderno
Maximización de ganancias	Los participantes usan el clientelismo político como un medio para obtener un fin en su sentido mentado de la acción.	40	Clientelismo moderno
Círculos externos	Conglomerados de clientes que no cuentan con una vinculación afectiva y valorativa con los mediadores. Éstos pueden ser espontáneos o frecuentes (pero marginados en los intercambios).	24	Clientelismo moderno
Reciprocidad débil	Compromiso difuso y sin obligación de conclusión del trato clientelar.	18	Clientelismo moderno
Incentivos selectivos	Mecanismo que trata de reducir la incertidumbre mediante la aplicación del clientelismo con individuos más vulnerables.	12	Clientelismo moderno
Políticos profesionales	Mediadores y patrones cuyo oficio es la política y no se desarrollan en otro campo profesional	7	Clientelismo moderno
Flexibilidad	Posibilidad amplia de iniciar o culminar la relación clientelar.	5	Clientelismo moderno
Margen de elección	Distintos patrones o mediadores con los que se puede realizar la relación clientelar.	2	Clientelismo moderno

Código	Definición operativa	Enraizamiento frecuencia	Grupos de códigos/categoría
Círculos internos	Clientes que son más apegados afectiva y valorativamente a los mediadores. Éstos los apoyan en su labor política y son los principales beneficiarios en tiempo y forma.	88	Clientelismo tradicional
Coerción	Medios con los cuales los mediadores y patrones obligan y aseguran que los clientes cumplan su parte del trato.	31	Clientelismo tradicional
Patrimonialismo	Uso de bienes públicos como bienes privados.	10	Clientelismo tradicional
Norma de reciprocidad	Compromiso de gratificar el favor por parte de los clientes.	6	Clientelismo tradicional
Costumbre arraigada	Uso del clientelismo como herencia del pasado en el sentido mentado de la acción	4	Clientelismo tradicional
Rigidez	Uso del clientelismo como herencia del pasado en el sentido mentado de la acción.	3	Clientelismo tradicional
Certeza	Conclusión del trato por sentimientos hacia los mediadores o patrones en el sentido mentado de la acción.	3	Clientelismo tradicional
Valores (obediencia, respeto, lealtad)	Conclusión del trato por valores en el sentido mentado de la acción.	2	Clientelismo tradicional
Afectos hacia patrones/mediadores	Margen de decisión acotado para los clientes y mediadores	0	Clientelismo tradicional
Libertad de asociación	Posibilidad de los ciudadanos de organizarse para competir en elecciones o realizar demandas al gobierno o partidos políticos.	6	Competencia

Código	Definición operativa	Enraizamiento frecuencia	Grupos de códigos/categoría
Libertad de los líderes a competir en elecciones	Posibilidad que los patrones y mediadores cuentan para presentar sus propuestas políticas y adherir electores.	6	Competencia
Libertad de expresión	Posibilidad de expresar libremente sus posturas políticas.	0	Competencia
Corrupción	Percepción negativa del funcionamiento de las instituciones o de los actores políticos al no cumplir la expectativa e intereses esperados.	35	Contextual
Historia de vida política	Vivencias del cómo los actores políticos se iniciaron y continuaron en la política.	25	Contextual
Políticas nivel federal	Programas federales ofertados y aplicados en el municipio de Cuautitlán.	14	Contextual
Imagen del Estado	Discurso, postura ideológica y acciones ideales expresadas por las instituciones estatales acerca de su acción.	4	Contextual
Comercio	Segunda actividad económica con mayor frecuencia en el municipio.	3	Contextual
AMLO	Comentarios respecto al presidente de la república.	3	Contextual
Sanción a patrones	Castigo del cliente al patrón debido al incumplimiento de las expectativas.	9	Legitimidad
Sanción a mediadores	Retiro del apoyo del cliente con el mediador debido al cumplimiento de las expectativas.	4	Legitimidad

Código	Definición operativa	Enraizamiento frecuencia	Grupos de códigos/categoría
Cumplimiento de las expectativas	Acciones de los representantes que cubrieron lo esperado por los representados.	3	Legitimidad
Apoyo a los mediadores	Retiro del apoyo del cliente con el mediador debido al cumplimiento de las expectativas	2	Legitimidad
Apoyo a patrones	Reforzamiento del apoyo del cliente con el patrón debido al cumplimiento de las expectativas.	1	Legitimidad
Demandas comunitarias	Expresión de necesidades de las comunidades hacia el gobierno o partidos políticos.	38	Participación convencional
Actividades cotidianas	Acciones que se realizan en tiempos que van más allá de los tiempos electorales.	32	Participación convencional
Actividades de campaña	Acciones que se realizan en tiempos electorales con el fin de difundir al partido o candidato y adherir electores.	27	Participación convencional
Sufragio	Emisión del voto por el partido o candidato que el ciudadano prefiera.	23	Participación convencional
Demandas individuales	Expresión de necesidades personales hacia el gobierno o partidos políticos.	18	Participación convencional
Acciones ilegales o violentas	Movilizaciones con el uso de la violencia comandadas por mediadores o patrones	8	Participación no convencional
Acciones por mandatos de terceros	Acciones de los clientes, las cuales son incitadas por patrones o mediadores.	1	Participación no convencional

Código	Definición operativa	Enraizamiento frecuencia	Grupos de códigos/categoría
Acciones conservadoras	Acciones que buscan cambios en decisiones gubernamentales, pero no el gobierno, mediante formas ilegales.	0	Participación no convencional
Imagen del partido	Discurso, postura ideológica y acciones ideales expresadas por los partidos políticos acerca de su acción.	39	Partidos políticos
Coalición PRI, PAN y PRD	Coalición ganadora en las elecciones municipales de 2021-2024 en Cuautitlán.	26	Partidos políticos
Conflictos en el partido	Disputas entre militantes y/o dirigentes al interior de los partidos políticos.	8	Partidos políticos
Antipartidismo cultural	Rechazo a los partidos políticos debido al conocimiento escaso de lo que se define como una democracia en función.	3	Partidos políticos
Estructura del partido	Jerarquías y partes funcionales de los miembros del partido político.	2	Partidos políticos
Evaluación introspectiva	Visión ciudadana a futuro de las posibles acciones de sus representantes.	34	Rendición de cuentas
Información para evaluación	Medios de información suficientes para juicio individual de representados a representantes.	31	Rendición de cuentas
Evaluación negativa al patrón	Etiquetamiento subjetivo negativo al patrón por el no cumplimiento de las expectativas e intereses del cliente.	30	Rendición de cuentas

Código	Definición operativa	Enraizamiento frecuencia	Grupos de códigos/categoría
Evaluación retrospectiva	Evaluación ciudadana de las acciones realizadas por sus representantes en un periodo determinado.	30	Rendición de cuentas
Evaluación negativa a mediador	Etiquetamiento subjetivo negativo al mediador por el no cumplimiento de las expectativas e intereses del cliente.	16	Rendición de cuentas
Intereses de representantes	Búsqueda y alcance de intereses de los representantes.	11	Rendición de cuentas
Intereses de representados	Búsqueda y alcance de intereses de los representados mediante los representantes.	4	Rendición de cuentas
Evaluación positiva al mediador	Etiquetamiento subjetivo positivo al mediador por el cumplimiento de las expectativas e intereses del cliente.	2	Rendición de cuentas

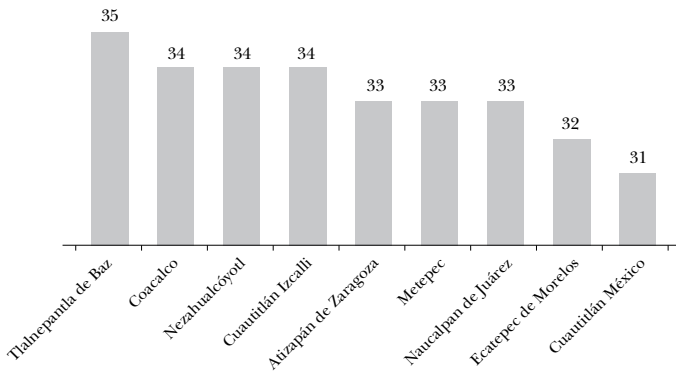
Anexo 2. Datos sociodemográficos

Cuadro 1. Densidad de población de Cuautitlán en comparación con los municipios con más densidad de población (2020)

Municipio	Hab/km ²
Nezahualcóyotl	17 026.40
Chimalhuacán	12 863.4
Ecatepec de Morelos	10 524.0
Cuautitlán	4376.80

Fuente: Inegi (2020).

Gráfico 1. Edad mediana Cuautitlán México en comparación con los municipios de mayor edad (2020)



Fuente: Inegi (2020).

Gráfico 2. Causa de migración, Cuautitlán (2020)

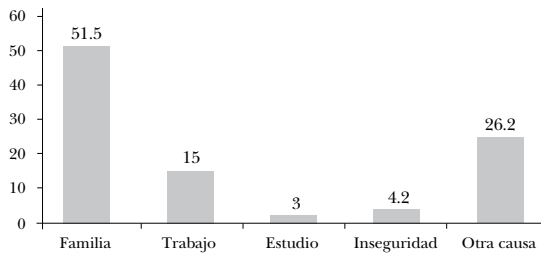
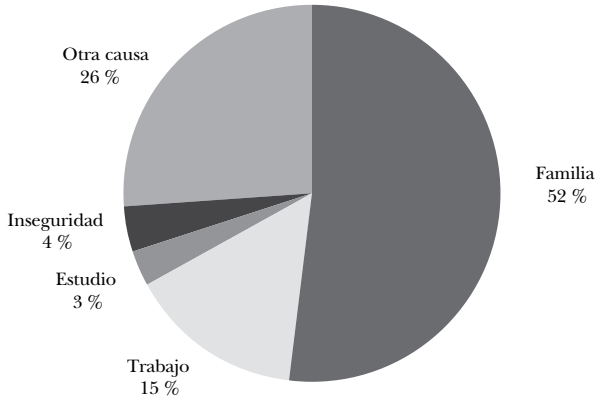
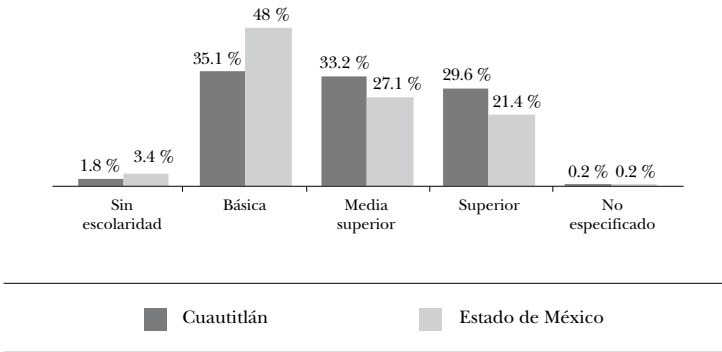


Gráfico 3. Causa de migración, Cuautitlán (2020)



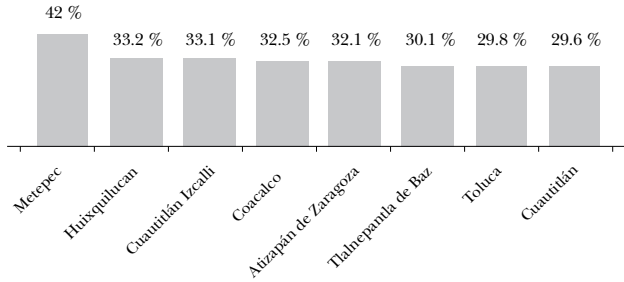
Fuente: Inegi (2020).

Gráfico 4. Escolaridad Cuautitlán vs. Estado de México (2020)



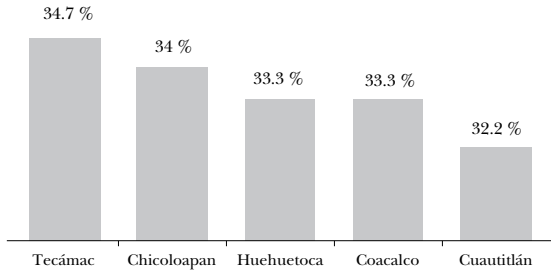
Fuente: Inegi (2020).

Gráfico 5. Municipios con mayor porcentaje de población mayor de 15 años con educación superior en comparación con Cuautitlán (2020)



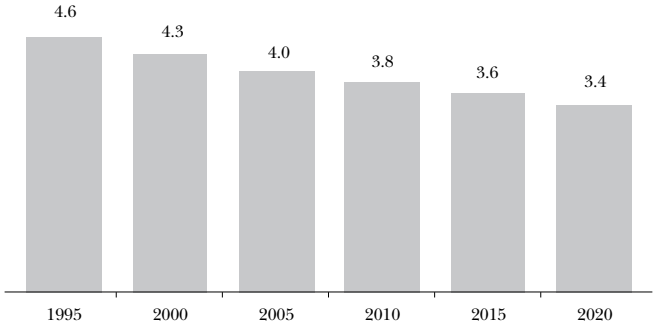
Fuente: Inegi (2020).

Gráfico 6. Municipios con mayor porcentaje de población mayor de 15 años con educación media superior en comparación con Cuautitlán (2020)



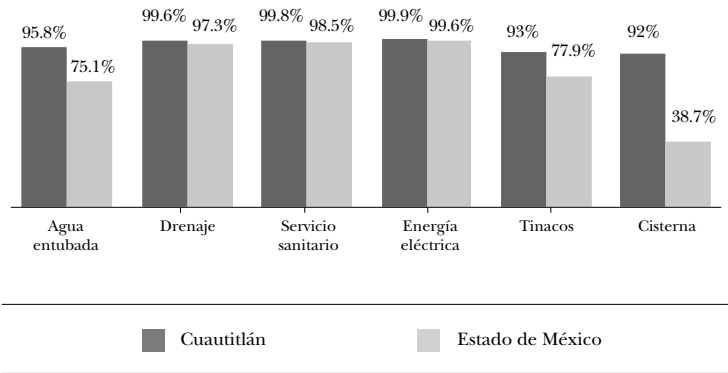
Fuente: Inegi (2020).

Gráfico 7. Ocupantes por vivienda Cuautitlán México (1995-2020)



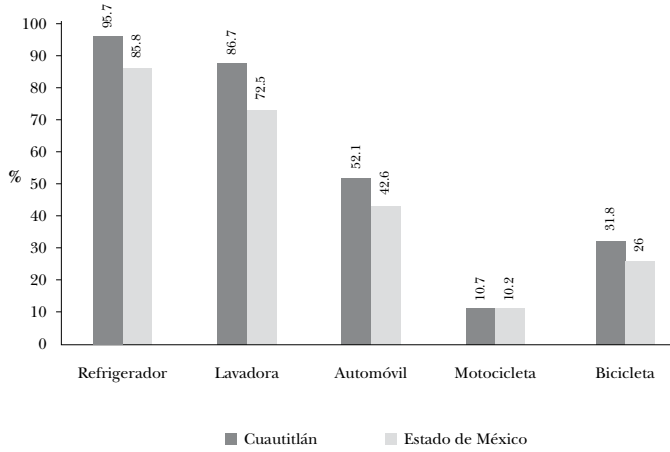
Fuente: Inegi (2020).

Gráfico 8. Disponibilidad de servicios y equipamiento en las viviendas Cuautitlán vs. Estado de México (2020)



Fuente: Inegi (2020).

Gráfico 9. Disponibilidad de bienes Cuautitlán vs. Estado de México (2020)

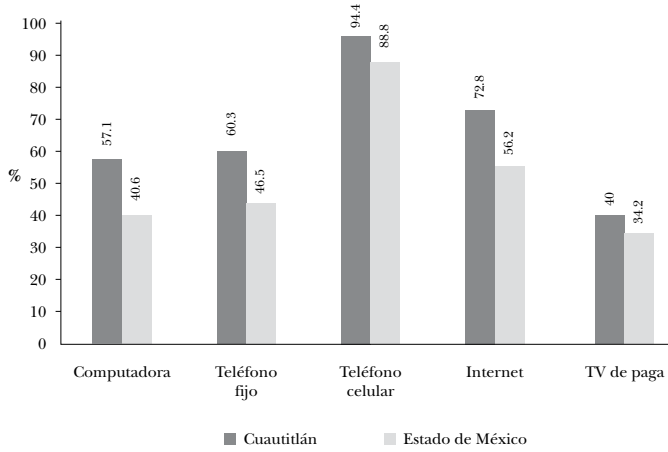


Fuente: Inegi (2020).

Cuadro 2. Porcentaje de población económicamente activa instalada en diversos sectores económicos (2019)

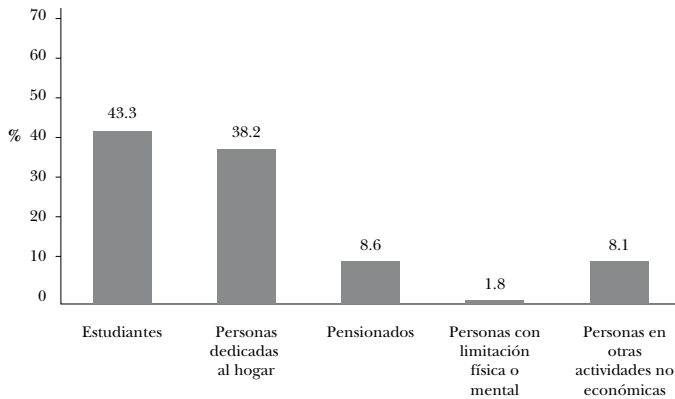
Sector económico	Porcentaje de la población
Generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica, suministro de agua y de gas natural por ductos al consumidor final	0.00
Construcción	0.00
Industrias manufactureras	23.73
Comercio al por mayor	7.82
Comercio al por menor	24.12
Transportes, correos y almacenamiento	1.75
Información en medios masivos	0.54
Servicios financieros y de seguros	0.89
Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	0.70
Servicios profesionales, científicos y técnicos	2.27
Corporativos	0.00
Servicios de apoyo a los negocios y manejo de residuos, y servicios de remediación	20.29
Servicios educativos	3.37
Servicios de salud y de asistencia social	2.24
Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos	0.46
Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	7.78
Otros servicios excepto actividades gubernamentales	4.06
Total	100.00

Gráfico 10. Disponibilidad de TIC Cuautitlán vs. Estado de México (2020)



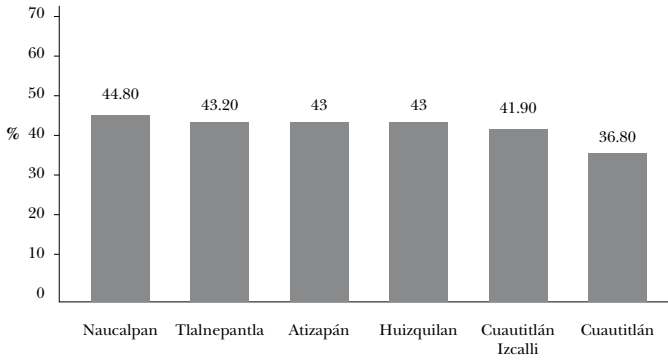
Fuente: Inegi (2020).

Gráfico 11. Características de la población económicamente no activa en Cuautitlán (2020)



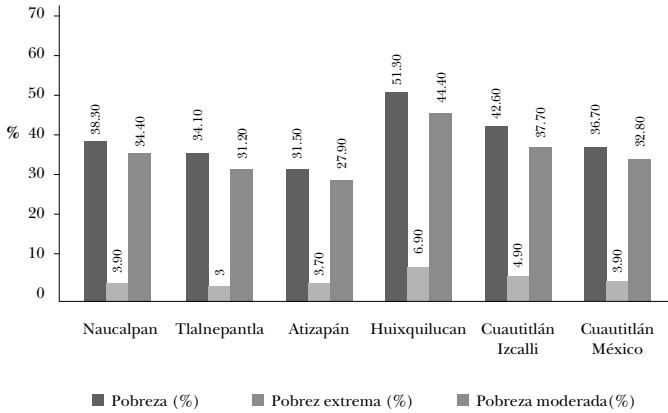
Fuente: Inegi (2020).

Gráfico 12. Porcentaje de relación de dependencia Corredor Azul



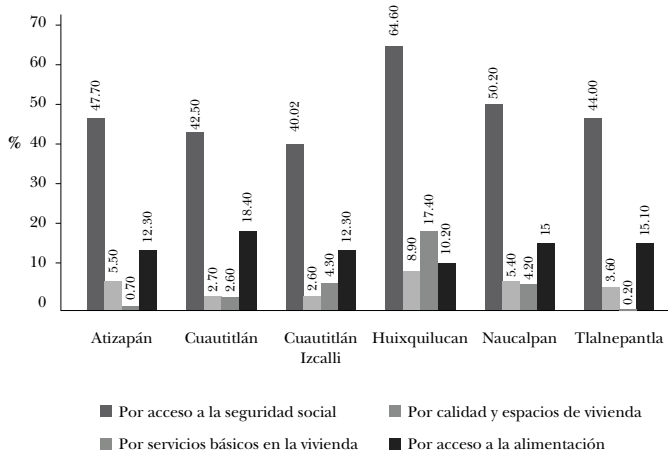
Fuente: Inegi (2020).

Gráfico 13. Población en situación de pobreza del Corredor Azul (2020)



Fuente: Inegi (2020).

Gráfico 14. Población con diversas carencias Corredor Azul (2020)



Fuente: Inegi (2020).

Bibliografía

- Ackerman, J. (2020, 17 de agosto). “El Fraude de 2012 y el fin del PRI”. *La Jornada*.
- “Acuerdan trabajo coordinado, gobierno de Cuautitlán y Coparmex Metropolitano”. *Comunicación Coparmex Metropolitano*. 21 de junio de 2019.
- Aguilar, L. (2009). “Marco para el análisis de las políticas públicas”. En F. Mariñez y V. Garza, *Política pública y democracia en América Latina. Del análisis a la implementación* (pp. 11-31). México: Porrúa.
- Alcantud, J. (1997). *El clientelismo político: perspectiva socioantropológica*. Barcelona: Anthropos Editorial.
- Almond, G. A. (1965). “A Developmental to Political Systems”. *World Politics*, 17 (2), 183-214.
- Arriagada, E. (2013, noviembre). “Clientelismo político y participación local. El rol de los dirigentes sociales en la articulación entre autoridades y ciudadanos en Santiago de Chile”. *Polis. Revista Latinoamericana*, (36). Recuperado de <https://journals.openedition.org/polis/9389>
- Auyero, J. (1996). “Evita como performance. Mediación y resolución de problemas entre los pobres urbanos del Gran Buenos Aires”. En J. Auyero (Coord.), *¿Favores por votos? Estudios sobre clientelismo político contemporáneo* (pp. 167-232). Buenos Aires: Lozada.
- Auyero, J. (2000, septiembre-diciembre) “The Logic of Clientelism in Argentina: An Ethnographic Account”. *Latin American Research Review*, 35 (3), 55-81.
- Auyero, J. (2001). *La política de los pobres: las prácticas clientelistas del peronismo*. Buenos Aires: Manantial.

- Auyero, J. (2011). “Relaciones, cada día”. *Desacatos*, (36), 107-110.
- Auyero, J., y Benzecry, C. (2016, enero-abril). “La lógica práctica del dominio clientelista”. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 61 (226), 221-246.
- Auyero, J., Lapegna, P., y Page, F. (2008, otoño). “Clientelismo político y acción colectiva contenciosa: una relación recursiva”. *Studia Politicae*, (14), 7-40.
- Babbie, E. R. (1996). *Manual para la práctica de la investigación social*. Madrid: Thompson Editores.
- Barrera Aguirre, J. M. (2002, 18 de julio). “Encarcelan a exalcalde de Cuautitlán México”. *El Universal*.
- Barrón, L. (2006, enero-abril). “La transición a la democracia en México con perspectiva histórica”. *Política y Gobierno*, 13 (1), 175-190.
- Bartolini, S. (1996). “Partidos y sistemas de partido”. En G. Pasquino (Coord.), *Manual de ciencia política* (pp. 217-264). Madrid: Alianza.
- Basañes, M. (1984). *La lucha por la hegemonía en México. 1968-1980*. México: Siglo XXI.
- Becerra Chávez, P. (2014). “Elecciones y partidos en la transición mexicana”. En E. Cuna Pérez, M. González Madrid y J. Santiago Castillo (Coords.), *México entre siglos. Contexto, balance y agenda*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.
- Berger, P., y Luckmann, T. (1968). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Bizberg, I. (1999, julio-septiembre). “Las transformaciones del poder político en México”. *Revista Mexicana de Sociología*, 61 (3), 139-161.
- Bizberg, I. (2015, enero-marzo). “Los nuevos movimientos sociales en México: el Movimiento por la Paz con Justicia y Dignidad y #YoSoy132”. *Foro Internacional*, 55 (1), 262-301.
- Bolívar Meza, R. (2013). “Alternancia política y transición a la democracia en México”. *Revista Legislativa de Estudios Sociales y de Opinión Pública*, 6 (12), 33-53.

- Borovkov, A. N. (2018). “México ante la opción electoral”. *Iberoamérica*, (1), 5-23.
- Camacho, A. (1990, marzo-abril). “Informalidad política. Movimientos sociales y violencia”. *Nueva Sociedad*, 106, 36-49.
- Cansino, C. (1991, mayo-agosto). “La transición política en México: dinámica y perspectiva”. *Estudios Políticos*, (8), 7-47.
- Castro Maravilla, R. (2018). “¡Es puro interés! Los clientes de la red clientelar de Tecámac, Estado de México”. *Iberoforum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, 13 (26), 216-246.
- Castro Maravilla, R. (2019, septiembre). “La historia de un cacique, el caso del municipio de Tecámac, Estado de México”. *Intersticios Sociales*, (18), 127-167.
- Cazorla, José (1992). *Del clientelismo tradicional al clientelismo de partido: evolución y características* (Working Paper núm. 55). Barcelona: Universidad de Granada.
- Cedillo Delgado, R. (2017, enero-junio). “Cambio y continuidad en las elecciones municipales del Estado de México: 1996-2015”. *Apuntes Electorales. Revista del Instituto Electoral del Estado de México*, 16 (56), 91-121.
- Chávez González, S. (1999, 5 de diciembre). “Volverán al centro de Cuautitlán tianguistas desalojados en agosto”. *La Jornada*.
- Chávez González, S. (2006, 4 de febrero). “PRD-Convergencia ofrecen tortillas por votos en Cuautitlán”. *La Jornada*.
- Cleary, M. R. (2003, enero-abril). “Competencia electoral, influencia ciudadana y desempeño del gobierno en los municipios mexicanos”. *Política y Gobierno*, 10 (1), 183-217.
- Colomer, J. (2006). “Los autoritarismos”. En G. Pasquino, *Manual de ciencia política* (pp. 587-601). Tecnos.
- Combes, H. (2011, mayo-agosto). “¿Dónde estamos con el estudio del clientelismo?”. *Desacatos*, (36), 13-32.
- Combes, H. (2018, enero-abril). “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.

- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (2020). *Medición de la pobreza 2015-2020*. Recuperado de https://www.coneval.org.mx/Medicion/MP/Paginas/Pobreza_2020.aspx
- Cordón Aguilar, J. C. (2018). “Democracia, pluralismo político y partidos políticos”. *Revista de la Facultad de Derecho de México*, 68 (270), 151-174.
- Córdova, A. (2009). “La democratización de México. Alternancia y transición”. En O. R. Araujo y A. A. Nassif (2009). *México: ¿un nuevo régimen político?* México: Siglo XXI.
- Corrochano, D. (2007, junio). “El clientelismo posmoderno”. *Perfiles Latinoamericanos*, (20), 131-156.
- Cortés Guardado, A., y Ortiz Barba, I. (2007, enero-abril). “Jalisco: democracia electoral con déficit de legitimidad política”. *Espiral (Guadalajara)*, 13 (38), 45-80.
- Corzo, S. (2002). *El clientelismo político como intercambio*. Barcelona: Institut de Ciències Polítiques i Socials.
- Cruz, M., y Corona, S. (2017, 2 de junio). “El salario rosa, la misma promesa del PRI pintada de otro color”. *El País*.
- Dahl, R. (1971). *La poliarquía. Participación y oposición*. Madrid: Tecnos.
- Dahl, R. (1992). *La democracia y sus críticos*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Dahl, R. (1999). *La democracia: una guía para ciudadanos*. Bogotá: Taurus.
- Del Rey Morató, J. (2011). “La comunicación política en la sociedad del *marketing* y de internet. Encuadres, relatos y juegos de lenguaje”. *Revista de Comunicación*, 10 (1), 102-128.
- Delfino, G. I., y Zubieta, E. M. (2010). “Participación política: concepto y modalidades”. *Anuario de Investigaciones*, 17, 211-220.
- Delgado, J. J. S., y Acosta, M. (2015, enero-junio). “Peña Nieto y Televisa: ¿la construcción de un presidente?”. *Iberoforum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, 10 (19), 1-28.

- Domínguez Virgen, J. C. (2011, enero-junio). “Megaproyectos, infraestructura y los límites de la democracia delegativa”. *Revista Legislativa de Estudios Sociales y de Opinión Pública*, 4 (7), 33-62.
- Domínguez, E. R. (2019). “Comportamiento electoral, programas sociales y redes clientelares durante el predominio perredista en la Ciudad de México”. En L. A. González Tule, *Clientelismo, patronazgo y corrupción en Colombia y México* (pp. 183-220). Universidad del Norte.
- Durkheim, E. (2001). *Las reglas del método sociológico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Duverger, M. (1960). *Los partidos políticos*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Escalante, F. (1995, enero). “Clientelismo y ciudadanía en México: apuntes sobre la conceptualización de las formas de acción política”. *Análisis Político*, (26), 31-40.
- Fischer-Bollin, P. (2013, julio-diciembre). “Los partidos políticos en una democracia: funciones, tareas y desafíos”. *Revista de Derecho Electoral*, (16), 8.
- Fox, J. (1994, enero). “The Difficult Transition from Clientelism to Citizenship: Lessons from Mexico”. *World Politics*, 46, 151-184.
- Fox, J. (2012). “State Power and Clientelism”. En *Clientelism in Everyday Latin American Politics* (pp. 187-211). Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Fox, J., y Haight, L. (2009). “El condicionamiento político del acceso a programas sociales en México”. En D. Gómez-Álvarez (Coord.), *Candados y contrapesos: la protección de los programas, políticas y derechos sociales en México y América Latina* (pp. 71-102). Tlaquepaque, Jalisco: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Freidenberg, F. (2017, mayo-agosto). “La otra representación: vínculos clientelares a nivel local en México”. *Andamios*, 14 (34), 231-258.
- Gaete Quezada, R. (mayo, 2014). “Reflexiones sobre las bases y procedimientos de la teoría fundamentada”. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, 25 (48), 149-172.

- García Naranjo, F. (2011). “Clientelismo político y movilidad social en Colombia”. En *IX Jornadas de Sociología*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- García Reyes, C. U. (2010, enero-abril). “Los partidos políticos y las elecciones en México: del partido hegemónico a los gobiernos divididos”. *Estudios Políticos*, (19), 129-157.
- Garrido, S., y Freidenberg, F. (2020, julio-diciembre). “El poder del voto. Cambio electoral y sistemas de partidos a nivel federal en México en 2018”. *Política y Gobierno*, 27 (2), 1-22.
- Gay, R. (1996). “Entre el clientelismo y el universalismo. Reflexiones sobre la política cultural en el Brasil urbano”. En J. Auyero (Coord.), *¿Favores por votos? Estudios sobre clientelismo político contemporáneo* (pp. 65-92). Buenos Aires: Lozada.
- Glaser, B., y Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
- González Hernández, J., y González Hernández, G. (2011, mayo-agosto). “Entre autonomía y clientelismo: clubes de migrantes zacatecanos”, *Desacatos. Revista de Ciencias Sociales*, 36, 85-106.
- González, J. L., y Ruiz, P. (2011). “Investigación cualitativa versus cuantitativa: ¿dicotomía metodológica o ideológica?”. *Index de Enfermería*, 20 (3), 189-193.
- González Tule, L. (Dir.). (2019). *Clientelismo, patronazgo y corrupción en Colombia y México*. Barranquilla: Universidad del Norte. Estudios Políticos.
- González Tule, L., Guzmán, C., y Tuirán, A. (2019). “Clientelismo de mediación en Barranquilla”. En L. González Tule (Dir.), *Clientelismo, patronazgo y corrupción en Colombia y México*. Barranquilla: Universidad del Norte. Estudios Políticos.
- Greene, K., y Simpson, A. (2020, julio-diciembre). “Dádivas durante las elecciones mexicanas de 2018”. *Política y Gobierno*, 28 (2), 1- 29.
- Guerrero García, L. D. (2014). *Clientelismo político, ¿desviación de la política o forma de representación?: estado del arte sobre las aproximaciones al clientelismo en Colombia 1973-2011*. Rosario: Universidad del Rosario.

- Guerrero, P. (2013, junio). “México con el nuevo PRI”. *Nueva Revista*, 143, 37-47.
- Gundermann Kröll, H. (2013). “El método de los estudios de caso”. En M. Tarrés (Coord.), *Observar, escuchar y comprender: sobre la tradición cualitativa en la investigación social* (pp. 251-288). México: El Colegio de México / Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Gunther, R., Montero, J. R., y Torcal, M. (2007). “Democracy and Intermediation: Some Attitudinal and Behavioral Dimensions”. En *Democracy, intermediation, and voting on four continents*. Oxford: Oxford Scholarship.
- Gupta, A. (2015). “Fronteras borrosas: el discurso de la corrupción, la cultura de la política y el estado imaginado”. En P. Abrams, A. Gupta y T. Mitchell, *Antropología del Estado* (pp. 71-144). México: Fondo de Cultura Económica.
- Hagene, T. (2015, julio-diciembre). “Debatiendo conceptos con metodología etnográfica: el caso del ‘clientelismo político’ y la ‘compra de votos’”. En *Nueva Antropología*, 86, 47-71.
- Harris, M. (2004). *Teorías sobre la cultura en la era posmoderna*. Barcelona: Crítica.
- Hernández Muñoz, E. (2008). *Los usos políticos de la pobreza: política social y clientelismo electoral en alternancia*. México: Colegio Mexiquense.
- Hernández Rodríguez, R. (1998). *Amistades, compromisos y lealtades: líderes y grupos políticos en el Estado de México, 1942-1993*. México: El Colegio de México.
- Hernández, G., y Manzano, C. (2010, julio-diciembre). “Procedimientos metodológicos básicos y habilidades del investigador en el contexto de la teoría fundamentada”. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 31 (69/2), 17-39.
- Hernández, S. (2021, 26 agosto). “Administraciones entrarán en funciones en 2022”. *El Sol de Toluca*. Recuperado de <https://www.elsoldetoluca.com.mx/local/administraciones-entraran-en-funciones-en-2022-7136355.html>

- Hidalgo, Claudia (2022, 17 de febrero). “Diputados protagonizan ‘agria’ disputa en la Legislatura del Estado de México”. Recuperado de <https://www.milenio.com/politica/diputados-protagonizan-en-edomex-pelea-en-el-congreso>
- Instituto Electoral del Estado de México (s. f.). Resultados electorales de Cuautitlán 2003-2015, recuperado de https://www.ieem.org.mx/numeralia/result_elect.html
- Instituto Electoral del Estado de México (2002-2018). Resultados definitivos por municipio.
- Instituto Electoral del Estado de México (2018a). Resultados electorales 2018 nivel federal, recuperado de <https://www.ine.mx/wp-content/uploads/2018/07/28-Numeralia01072018-SIJE08072018-FINAL.pdf>
- Instituto Electoral del Estado de México (2018b). Resultados electorales 2018 nivel municipal, recuperado de https://www.ieem.org.mx/numeralia/result_elect.html
- Instituto Electoral del Estado de México (2020). *Identidad municipal. Breve compilación histórica sobre la fundación de los municipios del Estado de México*. Recuperado de https://www.ieem.org.mx/DPC/docs/Identidad_Municipal.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2009). *Compendio de información geográfica municipal 2010: Cuautitlán*. Recuperado de https://www.inegi.org.mx/contenidos/app/mexico-cifras/datos_geograficos/15/15024.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2020). *México en cifras*. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/app/areas-geograficas/>
- Isunza Vera, E., y Gurza Lavalle, A. (2014). “Controles democráticos, participación y representación”. En *La representación política de cara al futuro: desafíos para la participación e inclusión democráticas en México* (pp. 47-74). México, El Colegio de la Frontera Norte.
- Jablonski García, P. (2011). *Tratos de favor y clientelismo político en democracia. Dos estudios de caso Galicia y Norte de Portugal*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

- Jiménez Jacinto, R. (2017, 6 de marzo). “Fallece alcaldesa de Cuautitlán”. *El Universal*.
- Juaristi, J. (2015). “Morfología, funciones y sociedad. La ciudad desde el punto de vista plural de la geografía urbana”. *Lurralde: Investigación y Espacio*, 38, 233-261.
- La Silla Rota* (2015, 1 de junio). “El ‘clan’ Santos Covarrubias, por el poder en Cuautitlán”.
- Labastida, M. (2015). “La transición, del autoritarismo a la democracia”. En *Estado constitucional, derechos humanos, justicia y vida universitaria: estudios en homenaje a Jorge Carpizo* (pp. 121-187). México: Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- Labastida, M., y Leyva, L. (2004, octubre-diciembre). “México: una transición prolongada (1988-1996/97)”. En *Revista Mexicana de Sociología*, 66 (4), 749-806.
- Latinobarómetro (2018). *Informe 2018*. Editorial Corporación Andina de Fomento.
- Lehoucq, F. (2007, enero-marzo). “¿Qué es el fraude electoral? Su naturaleza, sus causas y consecuencias”. *Revista Mexicana de Sociología*, 69 (1), 1-38.
- Leonidas Aguirre, J. (2017). *La red clientelar: programas de transferencias de ingresos y distribución estratégica en la Argentina kirchnerista* (tesis inédita de doctorado). Universidad Nacional de San Martín, Argentina.
- Levitsky, S., y Lucan, W. (2004, enero-junio). “Elecciones sin democracia: el surgimiento del autoritarismo competitivo”. *Estudios Políticos*, (24), 159-176.
- Linz, J. (1974). “Una teoría del régimen autoritario. El caso de España”. En *La España en los años sesenta*. Madrid: Editorial Moneda y Crédito.
- Linz, J. (1986). “Del autoritarismo a la democracia”. *Estudios Públicos*, (23), 5-48.
- Linz, J. (1999, octubre). “Democracia, multinacionalismo y federalismo”. *Revista Española de Ciencia Política*, 1 (1) 7-40.

- Linz, J., y Stepan, A. (1996). *Problems of Democratic Transition and Consolidation: Southern Europe, South America, and Post-Communist Europe*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Lipset, S. M. (2016). “Algunos requisitos sociales de la democracia: desarrollo económico y legitimidad política”. En *Orígenes y efectos*. Argentina: Banco de Desarrollo de América Latina.
- Lizcano Fernández, F. (2012, agosto). “Conceptos de *ciudadano, ciudadanía y civismo*”. *Polis. Revista Latinoamericana*, (32) 1-29.
- Loaeza, S. (2010). *Acción Nacional. El apetito y las responsabilidades del triunfo*. México: El Colegio de México.
- Lukes, S. (2004). *Power: A Radical View*. Nueva York: Macmillan International Higher Education.
- Luque Rojas, J. M. (2016, septiembre-diciembre). “Desinstitucionalización del sistema de partidos en México: volatilidad, fragmentación y número efectivo de partidos”. *Revista Debates*, 10 (3), 11-38.
- Maíz, R. (2003, enero-marzo). “Jama, caleta y camello: la corrupción como mecanismo de autorrefuerzo del clientelismo político”. *Revista Mexicana de Sociología*, 65 (1), 3-39.
- Martínez Espinoza, I. (2021, marzo). “La política social de la cuarta transformación en México. Un balance del primer año de gobierno de López Obrador”. *Revista Española de Ciencia Política*, (55), 121-142.
- Méndez de Hoyos, I. (2007, enero-marzo). “El sistema de partidos en México: fragmentación y consolidación”. *Perfiles Latinoamericanos*, 14 (29), 7-45.
- Mendoza, J., Ortega, B., y Cadena, J. (2012). *Cuatitlán en la trayectoria de México*. Plaza y Valdez Editores.
- Merinero Martín, M. J. (1981, enero-marzo). “El abstencionismo político”. *Norba. Revista de Arte, Geografía e Historia*, 1 (1), 53-68.
- Mextudia. Consultado en <https://mextudia.com/becas/becas-amlo/>
- Meyer, L. (1991, octubre-diciembre). “La prolongada transición mexicana. ¿Del autoritarismo hacia dónde?”. *Revista de Estudios Políticos*, (74), 363-388.

- Monsiváis Carrillo, A. (2014). “Para repensar la representación democrática: consideraciones normativas y conceptuales”. En *La representación política de cara al futuro: desafíos para la participación e inclusión democráticas en México* (pp. 75-102). México: El Colegio de la Frontera Norte.
- Monsiváis Carrillo, A. (2017). “El déficit democrático en México (2004-2014): régimen político, opinión pública y legitimidad”. En *La legitimidad como desafío democrático: expectativas públicas, capacidades institucionales y descontentos ciudadanos en México* (pp. 211-240). México: El Colegio de la Frontera Norte.
- Moreno Luzón, J. (1995, julio-septiembre). “Teoría del clientelismo y estudio de la política caciquil”. *Revista de Estudios Políticos*, (89), 191-224.
- Moreno Luzón, J. (1999, julio-septiembre). “El clientelismo político: historia de un concepto multidisciplinar”. *Revista de Estudios Políticos*, (105), 73-95.
- Müller, M. (2012, octubre-diciembre). “Transformaciones del clientelismo: democratización, (in)seguridad y políticas urbanas en el Distrito Federal”. *Foro Internacional*, 52 (4), 836-863.
- Munck, G. (1996, invierno). “La desagregación del régimen político: problemas conceptuales en el estudio de la democratización”. *Ágora. Cuaderno de Estudios Políticos*, 5, 203-237.
- Munck, G. (2002). “Una revisión de los estudios sobre la democracia: temáticas, conclusiones, desafíos”. *Desarrollo Económico*, 41 (164) 579-609.
- Munck, G. (2011, marzo). “Los estándares de la democracia: hacia una formulación de la cuestión democrática en América Latina”. *Journal of Democracy*, 3, 22-41.
- Muñoz Patraca, V. (2006). *Partido Revolucionario Institucional, 1946-2000. Ascenso y caída del partido hegemónico*. México: Siglo XXI / Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México.
- Natera-Gutiérrez, S. I., Guerrero-Castañeda, R. F., Ledesma-Delgado, M. E., y Ojeda-Vargas, M. G. (2017, octubre-diciembre). “Interaccionismo simbólico y teoría fundamentada: un ca-

- mino para enfermería para comprender los significados”. *Cultura de los Cuidados*, (49), 190-199.
- Nelson, J. (1979). *Access to Power: Politics and the Urban Poor in Developing Nations* Princeton. Princeton: University Press.
- Ninou Guinot, C. (1993, octubre-diciembre). “Transición y consolidación democrática en América Latina”. *Revista de Estudios Políticos*, (82), 107-136.
- Nohlen, D. (2004). *Sistemas electorales y reforma electoral: una introducción*. Internacional Idea.
- O’Donnell, G. (1997, noviembre-diciembre). “Rendición de cuentas horizontal y nuevas poliarquías”. *Nueva Sociedad*, 152, 143-167.
- O’Donnell, G. (2011). “Revisando la democracia delegativa”. *Casa del Tiempo*, 31, 2-8.
- O’Donnell, G., Schmitter, P. C., Whitehead, L., y Lowenthal, A. F. (Eds.). (1986). *Transitions from Authoritarian Rule: Southern Europe*. Johns Hopkins University Press.
- Ornelas, C. (2008, abril-junio). “El SNTE, Elba Esther Gordillo y el gobierno de Calderón”. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 13 (37), 445-469.
- Ornelas, C. (2012). *Educación, colonización y rebeldía: la herencia del pacto Calderón-Gordillo*. México: Siglo XXI.
- Paladino, M. (2014). “¿A quién representan los intermediarios? Reflexiones acerca del campo clientelar y sus efectos sobre representantes y representados”. En *La representación política de cara al futuro: desafíos para la participación e inclusión democráticas en México* (pp. 103-128). México: El Colegio de la Frontera Norte.
- Paulier, J. (2017, 5 de junio). “Resultado cerrado, denuncias de fraude y varios ganadores: así fueron las elecciones en México que sirven de termómetro para las presidenciales de 2018”. BBC. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-40165139>
- Paxman, A. (2018). “Introducción”. En A. Paxman (Coord.), *Los gobernadores. Caciques del pasado y del presente* (pp. 9-28). México: Grijalbo.

- Pelegrin, D. (2009). “Sobre los tres tipos puros de dominación legítima”. En *V Jornadas de Jóvenes Investigadores*. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Pensión universal para personas adultas mayores, recuperado de <https://www.gob.mx/pensionpersonasadultasmayores>
- Perfil Urbano* (2019, 10 de junio). “Inicia reordenamiento de tianguis en Cuautitlán”. Recuperado de <https://perfilurbano.com.mx/inicia-reordenamiento-de-tianguis-en-cuautitlan/>
- Pitkin, H. (1985). *El concepto de representación*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales de Madrid.
- Pitt-Rivers, J. (1971). *The People of the Sierra*. Chicago: University of Chicago Press.
- Plan de Desarrollo Urbano Municipal Cuautitlán (2003-2006).
- Plan de Desarrollo Urbano Municipal Cuautitlán (2006-2009).
- Plan de Desarrollo Urbano Municipal Cuautitlán (2009-2012).
- Plan de Desarrollo Urbano Municipal Cuautitlán (2012-2015).
- Plan de Desarrollo Urbano Municipal Cuautitlán (2015-2018).
- Plan de Desarrollo Urbano Municipal Cuautitlán (2018-2021).
- Plataforma electoral Cuautitlán PRI (2021). Recuperado de https://www.ieem.org.mx/maxima_publicidad/maximal7_18/InfGral/PLATAFORMAS-2018/docs/Plataformas_Mpales/PRI/24_Cuautitlan.pdf
- Portes, A., y Haller, W. J. (2004). *La economía informal*. Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Proceso* (2006). Calderón, López Obrador, Madrazo. Historias sin retoque. Edición Especial, núm. 19.
- Przeworski, A. (1998, febrero). “Democracia y representación”. En *CLAD Reforma y Democracia*, 10, 7-32.
- Ragin, C. (2000). “Introduction: Cases of What is a Case?”. En C. Ragin y H. Becker, *What is a Case: Exploring the Foundations of Social Inquiry* (pp. 1-17). Nueva York: Cambridge University Press.
- Ramón, R., y Chávez, S. (2003, 26 abril). “Acarreo de alcaldesa de Cuautitlán México a acto inaugural de obras”.

- La Jornada*. Recuperado de <https://www.jornada.com.mx/2002/04/26/036n2est.php?printver=1>
- Ramos López, M. A. (2019, primer semestre). “Clientelismo político, la práctica adaptativa en la política mexicana: un acercamiento conceptual y empírico”. *Ciencias Sociales Revista Multidisciplinaria*, 1 (1) 37-59.
- Ramos López, M. A. (2021, septiembre-octubre). “El discurso de la corrupción en el clientelismo político mexicano como herramienta de disputa 2018-2021”. *El Cotidiano*, 37 (229), 105-117.
- Raymond, Buve (2003, otoño). “Caciquismo, un principio de ejercicio de poder durante varios siglos”. *Relaciones. Estudios de Historia y Sociedad*, 24 (96), 17-39.
- Restrepo, A. (2013, enero-junio). “La teoría fundamentada como metodología para la integración del análisis procesual y estructural en la investigación de las representaciones sociales”. *Revista CES Psicología*, 6 (1), 122-133.
- Retamozo, M. (2012). “Constructivismo: epistemología y metodología en las ciencias sociales”. *En Tratado de metodología de las ciencias sociales: perspectivas actuales*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Revels, F. (Coord.) (2003). *Partido Revolucionario Institucional. Crisis y refundación*. México: Gernika.
- Reyes del Campillo, J. (2013, septiembre-diciembre). “Nacionalización del sistema partidario mexicano”. *Andamios*, 10 (23), 31-57.
- Reyes del Campillo, J. (2014, septiembre-octubre). “El sistema de partidos y la transición democrática en México”. *El Cotidiano*, (187), 111-125.
- Reyes del Campillo, J. (2016, noviembre-diciembre). “Transición y pluripartidismo en México”. *El Cotidiano*, (200), 285-292.
- Reyes del Campillo, J. (2018, septiembre-diciembre). “Partidos y representación política. La democracia en México del siglo XXI”. *Política y Cultura*, (50), 9-30.

- Reyes del Campillo, J. (2019). “Las elecciones de 2018 en México y la transformación del sistema de partidos”. *Argumentos. Estudios Críticos de la Sociedad*, 91, 15-35.
- Rivera, A. (2014, 2 de mayo). “El alcalde de Cuautitlán México cancela nueve cuentas bancarias”. *Milenio*.
- Rodríguez Araujo, O. (2009). “Metamorfosis del régimen político mexicano ¿irreversible?”. En Rodríguez Araujo (Coord.), *México ¿un nuevo régimen político?* México: Siglo XXI.
- Rodríguez, Emmanuel (2019). “Comportamiento electoral, programas sociales y redes clientelares durante el predominio perredista”. En L. A. González Tule (Dir.), *Clientelismo, patronazgo y corrupción en Colombia y México*. Barranquilla: Universidad del Norte. Estudios Políticos.
- Román Zozaya, A. (2020). “El descontento democrático en México de cara al sexenio 2018-2024”. En Domínguez Virgen y Monsiváis Carrillo (Coords.), *Democracias en vilo. La incertidumbre de la política en América Latina*. México: Contemporánea Sociología.
- Salazar-Elena, R. (2020). “La democracia entre elecciones: poliarquía como derechos de participación”. En F. Valdés-Ugalde (Coord.) (2020), *Las ciencias sociales y el futuro de la política democrática*. México: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Sampieri, R., Collado, C., y Baptista, M. (2014). “Recolección y análisis de datos cualitativos”. En *Metodología de la investigación*. México: McGrawHill.
- Sánchez y Sánchez, C. L. (2015). *Identidad partidista y clientelismo en la Ciudad de México: 2001-2006*. México: Instituto de Investigaciones Sociales de Universidad Autónoma Nacional de México.
- Sánchez, F., y Solano, G. (2019). “Clientelismo electoral en Acapulco”. En L. A. González Tule (Dir.), *Clientelismo, patronazgo y corrupción en Colombia y México* (pp. 249-280). Barranquilla: Universidad del Norte. Estudios Políticos.

- Sartori, G. (1976). *Partidos y sistemas de partidos: marco para un análisis*. Madrid: Alianza Editorial.
- Scartascini, C. (2011). “¿Quién es quién en el juego político? Describiendo a los actores que intervienen, y sus incentivos y funciones”. En *El juego político en América Latina: ¿cómo se deciden las políticas públicas?* (pp.33-74). Colombia: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Schaffer, F., y Schedler, A. (2009). “¿Qué es la compra de votos?”. En D. Gómez-Álvarez (Coord.), *Candados y contrapesos: la protección de los programas, políticas y derechos sociales en México y América Latina* (pp. 33-48). Tlaquepaque, Jalisco: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Schedler, A. (2004a, enero-marzo). “El voto es nuestro. Cómo los ciudadanos mexicanos perciben el clientelismo electoral”. *Revista Mexicana de Sociología*, 66 (1), 57-97.
- Schedler, A. (2004b, enero-abril). “La incertidumbre institucional y las fronteras borrosas de la transición y consolidación democráticas”. *Estudios Sociológicos*, 22 (1), 25-52.
- Schedler, A. (2004c, enero-junio). “Elecciones sin democracia. El menú de la manipulación electoral”. *Estudios Políticos*, (24), 137-156.
- Schedler, A. (2008). *¿Qué es la rendición de cuentas?* México: Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos.
- Scheffer, R. R., y Lachi, M. (2020, enero-marzo). “Vínculos afectivos y necesidades materiales. La práctica clientelar en Paraguay”. e-*l@tina*. *Revista Electrónica de Estudios Latinoamericanos*, 18 (70), 1-20.
- Schettini, P., y Cortazzo, I. (2015). *Análisis de datos cualitativos en la investigación social. Procedimientos y herramientas para la interpretación de información cualitativa*. La Plata: Editorial de la Universidad de la Plata.
- Schmitter, P. (2011, abril). “Veinticinco años, quince hallazgos”. *POSTdata*, 1 (16), 11-25.

- Schröter, B. (2010, enero-marzo). “Clientelismo político: ¿existe el fantasma y cómo se viste?”. *Revista Mexicana de Sociología*, 72 (1), 141-175.
- Schröter, B. (2012, verano). “Promesas, recelo, deslealtad: lo que queda de las estructuras clientelares en la zona metropolitana de la ciudad de México”. *Revista de Investigación Social*, 14, 31-54.
- Serra, G. (2016, enero-junio). “Comprar, coaccionar y desinformar al votante. Problemas duraderos de la democracia mexicana”. *Política y Gobierno*, 23 (2), 409-435.
- Solís, I. (2016, enero-abril). “El caciquismo en México: la otra cara de la democracia mexicana. El caso del caciquismo urbano en el Estado de México”. *Estudios Políticos*, 37, 167-192.
- Sommano Ventura, M. (2020, abril-junio). “Los determinantes de la legitimidad gubernamental: el sexenio de Enrique Peña Nieto”. *Foro Internacional*, 60 (2), 367-396.
- Stokes, S. (2009). “Ofertas programáticas e intercambios particularistas: la compra de votos como v e, F. (2013, enero-abril). “Régimen político y democracia: conflicto constitucional en el pluralismo incompleto”. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 58 (217), 115-138.
- Varetto, C. A. (2014, diciembre). “El análisis del sistema de partidos en la ciencia política argentina: aporte al estado de la cuestión y propuesta de ordenamiento”. *Revista Saap*, 8 (2), 555-584.
- Vargas González, F. (2019, enero-junio). “Elecciones, miedo y democracia en México. Autoritarismo y violencia política”. *Revista Mexicana de Análisis Político y Administración Pública*, 8 (1), 66-78.
- Velazco Arregui, E. (2016, enero-abril). “Trazando el silencio: cómo sobrevivir sin representación”. *Argumentos*, 29 (80), 103-121.
- Verba, S., y Nie, N. H. (1971). *Participation in America: Political Democracy and Social Equality*. Chicago: University of Chicago Press.

- Vommaro, G., y Combes, H. (2015). *El clientelismo político: desde 1950 hasta nuestros días*. México: Siglo XXI.
- Vommaro, G., y Quirós, J. (2011, mayo-agosto). “Usted vino por su propia decisión: repensar el clientelismo en clave etnográfica”. *Desacatos*, (36), 65-84.
- Weber, M. (1997). *Ensayos sobre metodología sociológica*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Weber, M. (2004). *Economía y Sociedad*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Weber, M. (2011). *La política como vocación*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Weffort, F. C. (1988, diciembre). “Dilemas da legitimidade política”. *Lua Nova: Revista de Cultura e Política*, (15), 7-30.
- Whitehead, L. (2005, invierno). “Democratización y desigualdades en América Latina y el Caribe”. *Quórum. Revista de Pensamiento Iberoamericano*, 13, 150-156.
- Whitehead, L. (2011a). “Un concepto de democratización reanimado: la metáfora biológica”. *Revista Saap. Publicación de Ciencia Política de la Sociedad Argentina de Análisis Político*, 5 (2), 401-419.
- Whitehead, L. (2011b). *Democratización teoría y experiencia*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Whitehead, L. (2016). “Democracia y partidos políticos”. En F. Paoli y G. Ferrera (Coords.), *Partidos y sistemas de partidos: experiencias comparadas* (pp. 231-242). México: Biblioteca Jurídica Virtual de la Universidad Nacional Autónoma de México.
- Zeferino Osorio, J. L. (1995). “La lucha por el poder: el PAN en el municipio de Cuautitlán México” (tesis inédita de licenciatura). Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco.
- Zepeda Martínez, R., y López de Lara, D. (2013, enero). “El sindicalismo mexicano durante el gobierno de Vicente Fox (2000-2006): la democratización y sus efectos en el sistema corporativo”. *Amérique Latine Histoire et Mémoire. Les Cahiers*, (26). DOI: <https://doi.org/10.4000/alhim.4809>

Datos sobre el autor

Manuel Alejandro Ramos López

LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA por la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) Azcapotzalco (2014-2018), maestro en Sociología por el Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora (2020-2022) y doctorando en Ciencias Sociales por la Universidad Autónoma de Tlaxcala (2023-2026).

Profesor-investigador de tiempo completo desde 2023 en el Departamento de Sociología, coordinador del Eje Curricular de Metodología (2024-), parte del Grupo de Investigación de Sociología de la Política y Políticas Públicas (2019-), todo esto en la UAM Azcapotzalco. Autor de los artículos “Clientelismo político, la práctica adaptativa en la política mexicana: un acercamiento conceptual y empírico” (2019) en *Ciencias Sociales. Revista Multidisciplinaria*; “El discurso de la corrupción en el clientelismo político mexicano como herramienta de disputa 2018- 2021” (2021) y “El sistema partidario de Cuautitlán (2003-2021): un análisis cuantitativo a su transición en curso” (2023) ambos publicados en *El Cotidiano*.

Condecorado con la Medalla al Mérito Universitario a las mejores calificaciones en licenciatura por la UAM (2019). Ganador del tercer lugar del concurso del XXII Certamen de Investigación y Ensayo Político del Instituto Electoral del Estado de México (IEEM) en la categoría de tesis de licenciatura (2019). Ganador del segundo lugar del concurso del XXVI Certamen de Investigación y Ensayo Político del IEEM en la categoría de tesis de posgrado (2023).



JUNTA GENERAL

Amalia Pulido Gómez
CONSEJERA PRESIDENTA

Francisco Javier López Corral
SECRETARIO EJECUTIVO

Mayra Elizabeth López Hernández
DIRECTORA JURÍDICO-CONSULTIVA

Víctor Hugo Cántora Vilchis
DIRECTOR DE ORGANIZACIÓN

Liliana Martínez Garnica
DIRECTORA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Oswaldo Tercero Gómez Guerrero
DIRECTOR DE PARTIDOS POLÍTICOS

Efraín García Nieves
ENCARGADO DE DESPACHO DE LA DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN

COMITÉ EDITORIAL

PRESIDENTA

Sandra López Bringas

INTEGRANTES

Patricia Lozano Sanabria
Karina Ivonne Vaquera Montoya
María de la Luz Inclán Oseguera
Gabriela Fuentes Reyes
Cecilia Cadena Inostroza
Sol Cárdenas Arguedas
Enrique Gutiérrez Márquez
Marco Arellano Toledo

SECRETARIA TÉCNICA

Myrna Georgina García Cuevas

Centro de Formación y Documentación Electoral

Myrna Georgina García Cuevas

ENCARGADA DEL DESPACHO DEL CENTRO DE FORMACIÓN
Y DOCUMENTACIÓN ELECTORAL

ÁREA DE PROMOCIÓN EDITORIAL

Isabel Núñez Garduño

Marisol Aguilar Hernández

Jorge Armando Becerril Sánchez

María Guadalupe Bernal Martínez

Neftalí Buendía Vargas

Luther Fabián Chávez Esteban

Nelly Berenice Desales Flores

Alexis Eduardo Mondragón Arroyo

Luis Enrique Santana Aguilar

Sonia Vázquez Cruz



Serie
Investigaciones
Jurídicas y Político-Electorales

La primera edición de *La morfología del clientelismo político y sus consecuencias en la democracia de Cuautitlán (2018-2021)* se terminó de imprimir en 2024 en los talleres de Servicios Proactivos Integrales S. de R. L. de C. V. ubicados en Oyameles núm. 219-9, col. Los Cedros, Metepec, México, C. P. 52154.

La edición estuvo a cargo del Centro de Formación y Documentación Electoral del Instituto Electoral del Estado de México. Esta edición consta de 1500 ejemplares.

En la formación se utilizaron las fuentes *ITC New Baskerville*, diseñada por John Baskerville, y *Bookman Old Style*, diseñada por Morris Fuller Benton.

Publicación de distribución gratuita.

