

Banco Diocesano de Alimentos Guadalajara como red social impelida por la carencia de alimento

28

Israel Palma Cano *

A partir de la perspectiva de redes sociales, se observa la presencia y el trabajo del Banco Diocesano de Alimentos de Guadalajara. El cual ha tejido fuertes lazos con diversos sectores sociales, como el académico, gubernamental, civil, empresarial y religioso, en aras de movilizar diversos recursos para el logro de sus propósitos. A partir de estos elementos, se observa, además, el papel de estas redes sociales en la creación de capital social.

Based on the perspective of social networks, the presence and work of El Banco Diocesano de Alimentos de Guadalajara is observed. It has strong ties with various social sectors, such as academia, government, business and religious, in order to mobilize various resources to achieve their aims. From these elements, it also notes the role of these social networks in building social capital.

Palabras clave: Red Social, Capital Social, Organización de la Sociedad Civil.

Keywords: Social Network, Social Capital, Civil Society.

Introducción

El presente documento es parte de una investigación más amplia, la cual tiene el objetivo de dar cuenta del impacto de las redes de Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) en la generación y fortalecimiento del capital social en diversas entidades de México. En este sentido, su propósito es dar cuenta, a través de investigación de campo y gabinete, de la contribución que realiza el Banco Diocesano de Alimentos Guadalajara (en adelante: Banco) al capital social de la entidad.

Para tal efecto, en la primera parte se expondrá sucintamente las nociones teóricas y conceptuales de red social y capital social. Se echará mano de la teoría antropológica y sociológica, respectivamente, con el motivo de afianzar teóricamente nuestro objeto de estudio. En una segunda parte, una vez visto los conceptos nodales, nos aproximaremos al Banco, a través de la óptica exigida por los discursos teóricos de las redes y del capital social. En este apartado se pondrá especial atención en los insumos y variables que nos darán cuenta de la contribución del capital social hecha por el Banco, tales como estructura organizativa, lazos o vínculos establecidos con diversos actores en sus prácticas cotidianas, movilización de recursos, entre otros aspectos.

* Licenciado en Sociología, maestro y doctor en Ciencias Antropológicas. Profesor adscrito al Departamento de Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco. E-mail: israelpalma23@yahoo.com.mx



Antropología de las Redes Sociales y la teoría del Capital Social

En el presente capítulo se expondrán los conceptos que sirvieron de marco en la presente investigación. Primeramente, se hablará de los teóricos de las redes, posteriormente, se expondrán las tesis de los investigadores que usan como un elemento básico de sus investigaciones el capital social.

Antropología de las Redes Sociales

George Ritzer (1993) comenta que la teoría de redes es una variedad del estructuralismo, la cual está más alejada de las preocupaciones comunes de éste (las estructuras profundas, propias de la lingüística) y más cercana a las preocupaciones actuales de la sociología, a saber, el estudio metodológico empírico, con bases matemáticas de los diferentes tipos de redes sociales.

Además, la teoría de redes goza de otras características, una de ellas es la diferenciación que los autores adscritos a ésta desean hacer: diferenciar la teoría de redes de cualquier enfoque atomista y normativo (Granovetter, 1973; Mitchell, 1974; y Wellman, 1983). El enfoque atomista, argumentan, tiene una preocupación excesiva por lo microsocioal, lo que hace a un lado los vínculos que los individuos establecen con otros en el transcurso de su vida, con esto, los individuos son reducidos a ser meros cuerpos con ciertos atributos de índole personal. La preocupación por los atributos personales y los motivos de la acción de un sujeto, consideran, es objeto sólo de la psicología. Así pues, implícitamente realizarán un deslinde con cuerpos teóricos que se preocupan por los motivos de la acción, tales como el interaccionismo simbólico, la sociología fenomenológica, la sociología existencial, la teoría weberiana, entre otras.

En cuanto a su rechazo a lo normativo, comentan, lo importante no es centrarse en la preocupación por lo

valores, los juicios y las ideas que son comunes en grupos de individuos, o en relaciones sociales, y que garantizan su unión, sino que la preocupación la dirigen hacia las pautas objetivas de los lazos o vínculos constituidos entre individuos miembros de una sociedad. Con esto realizan un segundo deslinde de otras tradiciones sociológicas y antropológicas, tales como el funcionalismo, el estructuralismo y la teoría crítica.

Como se ha comentado, la atención especial de los teóricos de redes la orientan hacia los indicadores que revelen un vínculo o lazo entre actores en una sociedad, Estos actores pueden ser personas o individuos –en una investigación de orientación microsocioal– o instituciones, grupos o corporaciones –en una investigación de orientación macrosocioal–. Ahora bien, una característica más de los vínculos establecidos por los actores, es que estos últimos tienen un acceso diferencial a recursos que estimen valiosos, ya sea riqueza, poder, información, etc. Con esto, las redes constituidas a partir de vínculos entre actores son estructuras jerarquizadas, estratificadas e interdependientes.

A pesar de mostrar algunas diferencias, los autores de la teoría de redes comparten entre sí las siguientes características:

- 1) *Los vínculos entre actores suelen ser simétricos en lo que respecta al contenido y a la intensidad.*
- 2) *Los vínculos construidos en un nivel macrosocioal deben ser analizados teniendo como telón de fondo estructuras macrosociales.*
- 3) *La estructuración de los vínculos diádicos no es ajena a una diversidad de vínculos aleatorios. De tal forma que hay un tercero en el vínculo diádico, que puede ser conocido por un actor de la relación, con lo que el tema de la frontera (acotación y delimitación de la red) surge como elemento a considerar.*
- 4) *La existencia de la delimitación y la frontera trae a colación el tema de la vinculación entre*



grupos o redes sociales.

5) *Existen vínculos asimétricos, jerarquizados, entre actores con lo que se tiene acceso diferencial a los recursos escasos o más preciados.*

6) *La diferenciación de acceso a los recursos más preciados, o escasos, y la existencia de vínculos asimétricos conduce a la competencia y a la creación de otros vínculos con la intención de establecer vínculos de colaboración –formal e informal–.*

En este contexto destaca la contribución antropológica que hace del tema Larissa Lomnitz (1994). Para ella, la sociedad mexicana se caracteriza por presentarse las clases sociales en una oposición estructural y de forma jerarquizada, las clases dominantes controlan los recursos, las clases dominadas disponen de su trabajo y de su lealtad política. La existencia de civilizaciones de corte jerárquico en México no es reciente, las civilizaciones precoloniales lo fueron, al igual que la sociedad colonial.

Después de la Revolución Mexicana se volvió a estructurar un sistema vertical, corporativista, esencialmente unipartidista, autoritario y presidencial. Ahora bien, el sistema funciona a partir de múltiples intercambios regidos por relaciones de poder, lo que genera una estructura con numerosos niveles (jerarquización) donde los individuos tienen un acceso diferenciado a los recursos económicos, políticos y sociales según la posición que ocupan en dicha estructura. Comenta: “Las relaciones de poder están implícitas en las de intercambio y no pueden separarse en ninguna forma de éstas” (Lomnitz, 1994: 225). Para ella, la estructura que el intercambio genera se compone y se caracteriza por:

1) *La dirección del flujo del intercambio (horizontal y/o vertical).*

2) *El tipo de recursos que se intercambia (capital,*

poder, trabajo, lealtad, servicios, información, entre otros).

3) *El nivel o cantidad de las mismas.*

4) *El modo de articulación con la estructura (formal e informal).*

Para Lomnitz, esta estructura se legitima gracias a un sistema simbólico compuesto por discursos, rituales políticos, lenguaje, arquitectura, mitos, emblemas, usos de tiempo y espacios, los cuales en muchas ocasiones son elementos de la ideología nacionalista. Así, la red social es una construcción abstracta elaborada por el investigador con un criterio subyacente que le permite identificar estructuras sociales que no están formalmente definidas por la sociedad. Reconoce tres tipos de intercambios:

1) *Intercambios recíprocos. Se dan entre individuos con recursos y carencias similares que se dan dentro de un contexto de sociabilidad y confianza.*

2) *Intercambios redistributivos. Se dan entre patrón-cliente, es decir, entre individuos de diferentes jerarquías con recursos desiguales, son relaciones típicamente de poder inmersas en relaciones personales y en las cuales se intercambia lealtad por protección.*

3) *Intercambios de mercado. La circulación de bienes y servicios se hace a través del mercado y sus leyes.*

Intercambios recíprocos. El intercambio recíproco, para Lomnitz, posee una gran cualidad, pues éste se lleva a cabo de manera externa a los otros dos tipos de intercambio y, además, es una alternativa a las deficiencias de cualquier intercambio formal. La reciprocidad o intercambio recíproco es un intercambio de favores y de regalos que es consecuencia y parte constitutiva de una relación social.

Este intercambio ha estado presente en el desarrollo histórico de las sociedades humanas, desde las primitivas, tribales o simples hasta las complejas, con lo que ha mostrado una



enorme capacidad de adaptación e integración a diferentes tipos de sociedad con una ideología de ayuda mutua.

Las redes de intercambio recíproco tienen su base en el parentesco (consanguíneo, primero, y, más tarde, ritual: compadrazgo, amistad), pues éste provee los dos elementos que las producen (Lomnitz, 1989):

1) La cercanía física. A mayor cercanía física mayor interacción social y mayores posibilidades de intercambio (vecindad).

2) La confianza. La confianza incluye 3 aspectos: capacidad y deseo para entablar una relación de intercambio recíproco, voluntad de cumplir con las obligaciones implícitas en dicha relación y, por último, familiaridad mutua suficiente para servir de base a un acercamiento con probabilidad de no ser rechazado.

En la medida que el intercambio recíproco ha sabido lograr su permanencia en las sociedades complejas, conviviendo con otros tipos de intercambio, recobra un papel fundamental como alternativa a la deficiencia de éstos. El intercambio recíproco es capaz de asegurar la supervivencia de los sectores marginales de las sociedades urbanas latinoamericanas, al no tener éstos un acceso óptimo a recursos y bienes y servicios básicos otorgados por el intercambio de mercado ni por la redistribución de bienes y servicios a nivel nacional —es decir, por las otras dos formaciones de intercambio social—, las “redes de intercambio [recíproco] representan el mecanismo socioeconómico que viene a suplir la falta de seguridad social, reemplazándola con un tipo de ayuda mutua basado en la reciprocidad” (Lomnitz, 1989: 26).

Para Lomnitz, la importancia del intercambio recíproco es evidente como un sistema de intercambio que se activa frente a la escasez, es decir, el intercambio recíproco es un intercambio alternativo que cobra una importancia singular cuando el sistema o el intercambio formal —distribución de bienes y servicios, ya sea por

parte del gobierno, una institución o el mercado— no funciona óptimamente, no satisface a los individuos de una sociedad. Además de la escasez, también subraya la fuerza de los controles y las inhibiciones culturales del sistema formal, por ejemplo, el trámite de un documento oficial puede lograrse de una manera más rápida si el demandante tiene un “amigo”, “conocido”, “palanca” o un “compadre” en la institución que lo emite.

Además, el intercambio recíproco guarda ciertas formas, a saber:

1) Se realiza entre personas que guardan un parentesco consanguíneo (tíos, hermanos, padres, primos) y/o ritual (compadres, amigos), vecinos, es decir, entre miembros de un mismo nivel social y económico.

2) No hay remuneración monetaria alguna. Hay una restricción a pedir reciprocidad en dinero y en sexo.

3) Existencia de una deuda. Una vez hecho un favor, la persona que lo recibió está consciente que tiene una deuda, que debe un favor; el otorgante del favor sabe que tiene un beneficio a futuro, un favor que recibir. Sin embargo, está prohibido hacer explícito el requerimiento de la deuda o de la reciprocidad.

4) Vimos que este intercambio descansa en la cercanía y la confianza, si no hay confianza suficiente entre las partes se pide la intervención de un tercero, que deberá ser capaz de otorgar entre las partes la confianza que falta. Con esto, el parentesco pasa a un segundo término como raíz del intercambio, en aras de una proliferación de la red.

5) El intercambio recíproco depende de los componentes ideológicos de la sociedad específica.

6) Las reglas del intercambio recíproco no están



escritas, sin embargo, son estrictas.

7) En el intercambio recíproco se intercambian recursos similares de forma horizontal: confianza y socialidad.

8) Existen limitaciones sobre diferentes tipos de favores que se pueden solicitar y la manera de cómo solicitarlos.

Intercambios de mercado. Por otro lado, cuando se presenta una secularización o se pierde el contexto propio en las leyes, obligaciones y deberes del intercambio recíproco, éste se transforma en intercambio de mercado. Para Lomnitz, esto se lleva a cabo cuando se presentan los siguientes elementos (Lomnitz, 1994: 145):

1) A causa de las diferencias de clase una relación entre individuos se torna imposible.

2) Cuando la sociedad se torna más compleja, por ejemplo, con un crecimiento del aparato estatal, de tal forma que las redes de reciprocidad no son suficientes para cubrir las necesidades individuales.

3) La ideología de las relaciones de reciprocidad deja de operar para transformarse en una ideología de intercambio de mercado, hay un desplazamiento del favor al cobro, un ejemplo, la "mordida" en México.

En el intercambio de mercado circulan bienes y servicios sobre la base de la oferta y la demanda, este tipo de intercambio no genera relaciones sociales duraderas, una muestra son las acciones que realiza una persona al adquirir algunos productos en un establecimiento. La circulación de bienes y servicios se hace a través del mercado y sus leyes.

Intercambios redistributivos. Si el intercambio de mercado presenta, como una de sus causas, la diferencia de clase (diferencia económica) entre individuos de

la relación; las relaciones patrón-cliente o el intercambio redistributivo presenta como una de sus causas las diferencias de poder entre los actores de la relación. La parte con mayor poder exige demostraciones de gratitud y lealtad del menos poderoso.

El desequilibrio de poder que se encuentra entre los actores de la relación se recompensa con el intercambio de lealtad. El más poderoso otorga (fluye hacia abajo) empleo, protección política, padrinazgo burocrático, seguridad, apoyo personal, el menos poderoso lo intercambia (fluye hacia arriba) por trabajo, lealtad, gratitud, adhesión política, fidelidad ideológica.

Es un intercambio asimétrico que se encuentra, al igual que el intercambio recíproco, desde sociedades tribales hasta sociedades complejas, este intercambio ha sabido adaptarse a estas sociedades con una base ideológica. Con lo asimétrico, Lomnitz alude a un contraste con lo simétrico (intercambio recíproco) y su base en el parentesco, confianza y cercanía física; sin embargo, es posible que una relación basada en el parentesco se transforma en una relación patrón-cliente, sucede así cuando un grupo de parientes hacen actividades lucrativas y uno de ellos se convierte en patrón del grupo.

Así pues, la presente tipología de las redes sociales nos será de gran utilidad para el presente estudio de caso, pero antes de abordarlo veamos brevemente el tema del capital social.

La teoría del Capital Social

A partir de la publicación de la obra *Making Democracy Work* del politólogo Robert Putnam (1993), donde subraya la correlación de dos variables: capital social y democracia, el tema ha cobrado un inusitado interés para servidores públicos e investigadores académicos de diversas áreas sociales. El capital social, sostiene, es constituido a partir de tres elementos centrales, tales como patrones de confianza,



normas y redes sociales; las cuales facilitan las acciones coordinadas de los grupos para la cooperación y el beneficio mutuo.

Putnam presenta una investigación de 20 años de duración sobre los gobiernos locales de diversas regiones de Italia, cuyo principal propósito es desentrañar por qué algunas de estas instancias de gobierno realizan su ejercicio con mayor eficacia que otros, por qué hay regiones donde la democracia funciona mejor que en otras. En la región norte del país europeo la democracia trabaja con mayor eficacia que en el sur, la respuesta señala que en el norte italiano existe una presencia de tradiciones añejas de compromiso cívico de los ciudadanos, cualidad carente en el sur. La correlación reza así: a mayor capacidad asociativa de los ciudadanos, mejor funcionamiento de los gobiernos democráticos.

Las comunidades del sur italiano se caracterizan por el establecimiento de relaciones jerárquicas y de subordinación, no hay un amplio compromiso por los problemas públicos y la corrupción es un fenómeno permanente. Por el contrario, en el norte se encuentran sociedades corales, clubes de fútbol, excursionistas, rotarios, además de que los habitantes leen más periódicos y están más comprometidos con la solución de problemas sociales. Así pues, la idea central del estudio del capital social se lleva a cabo mediante la incorporación de los individuos a los asuntos de interés público a través de las asociaciones, grupos o clubes de ciudadanos (Putnam, 2004).

La tesis de Putnam ha causado un singular revuelo, ha resultado provocadora a tal grado que el capital social es considerado hoy en día como un insumo insustituible para la democracia o, en general, para el desarrollo de las comunidades y países. La contribución y la provocación putnamiana ha tenido resonancias, también, en la academia; politólogos, sociólogos, antropólogos y economistas, por citar sólo algunos, han incorporado dicho concepto, con sus particulares

implicaciones, a sus respectivos marcos interpretativos y de investigación que ejercen cotidianamente.

La filósofa española Adela Cortina también se integra a las investigaciones sobre el capital social, la ética y la política. Para Cortina, el capital social consiste en hábitos, confianza y solidaridad que se afirman en las conexiones sociales. Para ella, existen organizaciones que bien pueden reproducir el capital social, éstas tienen las siguientes características: 1) son horizontales, pues unen actores con estatus y poder equivalente, por el contrario, las organizaciones verticales unen actores con status y poder asimétrico, jerárquico, éstas tienen una capacidad muy limitada de generar relaciones de reciprocidad, mutualidad y cooperación; 2) fomentan la tolerancia y la igualdad; 3) tienen objetivos benéficos para la comunidad; 4) tienden puentes con otras organizaciones; 5) generan bienes públicos, las que producen bienes privados ofrecen menor capital social y comportamientos oportunistas (Cortina, 2001).

El impacto del capital social ha sido tal, que no demoró en ser incorporado como indicador de desarrollo, algunas instituciones internacionales han mostrado un interés por medirlo en determinados países. Así ha sucedido en América Latina a través de la Comisión Económica para América Latina y El Banco Mundial. Para efectos de la presente investigación, sin ánimo de debatir la multiplicidad de trabajos e investigaciones sobre el capital social y sus implicaciones, nos centraremos en la contribución del sociólogo francés Pierre Bourdieu.

Bourdieu ha destacado el valor de los capitales en el estudio de lo social, ya sea cultural, social o simbólico. Concibe a las sociedades modernas como entidades altamente diferenciadas y complejas, a cada diferenciación la llama campo; éste bien puede ser artístico, científico, intelectual, lingüístico o de cualquier otro tipo, estos campos se presentan sincrónicamente como espacios compuestos por posiciones.

Dichas posiciones pueden ser analizadas sin tomar



en cuenta a un ocupante específico; pues se rigen por normas generales, a saber: que en todos ellos se establece una lucha; ésta se realiza entre los poseedores y los desposeídos de capital; el desposeído buscará acceder al objeto preciado, y el que lo posee, buscará conservarlo (Bourdieu, 1990).

Los involucrados en los campos tomarán sus posiciones a partir de dos principios, según el volumen global de capital que poseen, y, segundo, según la composición del capital (económico, social, cultural, simbólico). Así, el campo se erige como un espacio donde se libran luchas sociales entre los poseedores y los desposeídos de cierto capital en disputa. Distingue al capital en económico, compuesto por recursos monetarios y financieros; social, conformado por los recursos de diversa índole que pueden ser movilizados por los actores en función de la pertenencia a diferentes redes sociales, agrupaciones y organizaciones; cultural, integrado por disposiciones y hábitos adquiridos desde el proceso de socialización—se puede presentar de dos formas: capital adquirido, dado por la educación y el conocimiento; y, el capital simbólico, dado por las categorías de percepción y juicio que definen y legitiman valores y normas morales, gustos culturales y artísticos, como fama, notoriedad, estimación, prestigio, autoridad, distinción, talento—.

Así, los capitales sólo designan un tipo específico de recursos (o su combinación) que se movilizan en los diferentes campos sociales, ya sean recursos de naturaleza económica, cultural, simbólica y social. Los actores de cada campo poseen estos capitales, tienen intereses en ellos y buscan conservarlos o ampliarlos.

Para el sociólogo francés, cada uno de los actores del campo está provisto de un habitus, esto es, de un complejo de significaciones, disposiciones, esquemas básicos de percepción, comprensión y acción, los cuales son aprendidos consciente e inconscientemente y funcionan como generadores de estrategias de lucha en cada uno de los campos en que se lleve la disputa.

El capital social, para Bourdieu, son los recursos actuales o potenciales que están vinculados a una red, más o menos institucionalizada, de relaciones entre distintos actores. El capital social no es independiente de los demás capitales, es un capital que desempeña un papel potencial del resto, un papel vehicular de los otros capitales.

El discurso del capital social también es un discurso formal que habla sobre la estructura de agrupaciones sociales. A mayor cantidad de vínculos simétricos mayores relaciones de solidaridad y generación de confianza. Estos dos elementos, la solidaridad y la confianza, se dice, producen el fortalecimiento de las instituciones democráticas y de las relaciones sociales. De ahí que se presente el discurso en su formalidad como procedimientos de orientación estructural y subjetiva que buscan vigorizar las asociaciones civiles y las instituciones democráticas.

Más allá de las situaciones concretas en las cuales se encuentren inmersos los individuos insertos en dichas asociaciones, la formalidad sólo observa a ciudadanos en acciones de apoyo mutuo fortaleciendo, por sus simples acciones, órdenes sociales y sistemas políticos democráticos.

Una vez visto, sucintamente, los conceptos de red y capital social, estamos en condiciones de aplicarlos en el Banco.

El Banco Diocesano de Alimento Guadalajara

Nacimiento

El Banco nació a partir de la observación del despido de recursos alimenticios, mismos que podrían ser orientados a otros sectores poblacionales, la descripción que el mismo Banco hace de ese momento es clara y puntual:

“El Banco Diocesano de Alimentos Guadalajara, AC, nació en 1991, cuando el Sr. Ricardo Bon Echavarría, el Sr. Everardo Cornejo Padilla y el Sr. Luis Adolfo Orozco



Fernández observaron la cantidad de alimentos que diariamente se desperdiciaban en el Mercado de Abastos. Con el apoyo de la Unión de Comerciantes del Mercado de Abastos (UCMA) y de Cáritas de Guadalajara, dieron cauce a todos esos alimentos, para hacerlos llegar estrictamente a personas que por alguna razón justificada no pueden conseguirlos por sí mismos” (Banco, 2015).

A partir de este hecho, se abocaron a la tarea de canalizar ese alimento a sectores poblaciones privados del recurso. Desde el año de su formación, hasta hoy en día, según reportan, han logrado la emancipación alimenticia de más de 20 mil personas. Pionero en su rama, el Banco abrió la veta al nacimiento de otros, que eventualmente repiten su metodología de operación; actualmente, se enorgullece de dictar la pauta a 58 instituciones similares, distribuidas en diversas ciudades en el país.

Por otro lado, hay un contexto social apremiante, se estima que hay cerca de un millón de personas con insuficiencia alimentaria en el estado de Jalisco. Esta insuficiencia tiene otras implicaciones: desnutrición, salud, aprendizaje, calidad de vida e incluso baja autoestima. El Banco considera que esto no sólo afecta a quienes lo padecen, sino también a la sociedad en su conjunto.

Identidad

La identidad del Banco viene a constituirse a partir de múltiples elementos, entre los que destacan los siguientes:

El Banco tiene como misión: “Alimentar con Calidad Humana a quienes padecen hambre, actuando como un puente entre la abundancia y la carencia y creando conciencia en el compartir. A fin de atenuar las carencias, solidarizándose con los más necesitados” (Banco, 2015). Destaca en la definición el tema de la calidad humana, la conciencia del compartir y la solidaridad con los más necesitados, valores con una fuerte raíz cristiana. Sobresale, además, la autoobservación que se hace el Banco, el cual se concibe a sí mismo como un puente,

diríamos en términos de redes que no es un puente, sino un vínculo o lazo, un puente que une dos polos antitéticos, la abundancia y la carencia.

Su visión consiste en: “Posicionarse como una institución profesional que logre atenuar el hambre de los más necesitados, promoviendo el desarrollo social” (Banco, 2015). Aquí, se enfatiza en la calidad del actor, como una institución profesional que promueve el desarrollo social. Agrega también: “Posicionarse como una institución profesional y funcional y eficiente que a partir de proporcionar alimentos a quienes no pueden conseguirlos por sí mismos, logren un desarrollo sustancial de sus capacidades” (Banco, 2015). Se insiste en el ámbito institucional, se caracteriza la visión del Banco como una institución profesional, funcional y eficiente, es importante subrayarlo porque los adjetivos describen cualidades netamente formales, en este caso de operación organizacional. No se olvida en estas afirmaciones su principal sector poblacional al cual van dirigidas sus acciones, los privados de alimentos, o como ellos los han caracterizado anteriormente, los necesitados, los carentes.

El Banco reconoce que sus valores son: “Ética, congruencia, lealtad, compromiso, responsabilidad, puntualidad, humanidad, respeto e integridad” (Banco, 2015). También señala: “En el Banco [...] Se fomenta la solidaridad. Se comunican y se fortalecen los valores. Se prepara la autosuficiencia económica. Se capacita en aspectos Nutricionales y de Salud” (Banco, 2015).

El tema de los valores no es un tema menor en el estudio de las OSC, de las redes y menos aún en el del capital social, los valores nos señalan las cualidades que entre los integrantes del Banco se exigen mutuamente, o que por lo menos se proyectan como cualidades propias, son, también, elementos que norman las conductas y las acciones de los integrantes o del Banco como actor. No sobra señalar, que también los valores son un insumo de intercambio social, muchos de los intercambios de reciprocidad se dan a partir de valores compartidos entre los involucrados.



El objetivo que reconoce el Banco es: “facilitar que las familias con menos oportunidades puedan alcanzar una mejor calidad de vida a partir de la alimentación. [debido a que] El éxito del Banco, se da en el momento en que las familias superan el problema básico de alimentación, encuentran fuentes de ingreso y comunican a otros el apoyo solidario” (Banco, 2015).

El objetivo, como se ha observado, convertirse en un puente a través del cual se redistribuya alimentos a los que no poseen recursos alimenticios, se alcanza cuando se supera el problema básico de alimentación, se abastecen de ingresos y, un elemento no menor, comunican a otros el apoyo solidario. Este último aspecto es de vital importancia, para cualquier institución u OSC, pues es a partir de esta comunicación que el Banco adquiere reconocimiento social, en términos de Bourdieu, capital simbólico.

Finalmente, veamos un elemento generador de identidad, el logotipo:

Demos paso a una descripción propia del Banco sobre el logotipo, el cual aglutina tres símbolos: “El Pez y el Pan que por separado representan los principios más



Imagen de <http://bdalimentos.org>

elementales de la alimentación y juntos simbolizan la bíblica multiplicación de los panes y los peces, es decir, a Cristo.

El Pez, simboliza el principio del cristianismo; era el símbolo secreto de los cristianos tempranos porque las letras que forman la palabra ‘pescado’ en griego (ichthos) son las letras iniciales de la frase ‘Jesús Cristo, hijo de Dios, el salvador’. La cruz representa nuestra identidad cristiana y católica, porque somos una institución que se debe a la diócesis y cumple funciones de Caridad y Apostolado” (Banco, 2015). La descripción del logotipo es muy clara e ilustrativa.

El pez y el pan, como representaciones simbólicas de la alimentación tienen otro trasfondo, en este caso religioso, el cual inmediatamente nos coloca en uno de los pasajes más representativos del cristianismo, la multiplicación de los panes y peces. El pez, también aquí se presenta como uno de los símbolos originales cristianos. Una vez hecha clara la identidad cristiana, era necesaria, debido a la vastedad del cristianismo, precisar más la identidad, no sólo se es cristiano, sino que más concretamente se es católico, y esto se logra con la presencia de la cruz.

El logotipo tiene un fuerte valor de identidad, tan importante como los valores, la misión, la visión y el objetivo, pues es un símbolo que une, un referente para crear lazos de identidad y de intercambio, un referente presente en la construcción de las redes sociales en las cuales se encuentra inmerso el Banco.

Estructura Organizativa

Además del motivo de nacimiento, los elementos que generan identidad, veamos ahora la estructura organizativa (Martínez, 2010; y, Banco, 2015). En su parte más alta se encuentra un Consejo de Administración, constituido por un presidente, sucesivamente se encuentran un vicepresidente, un secretario y un tesorero. Se ilustra a continuación:





Imagen de <http://bdalimentos.org>

Consejo de Administración (Junio 2008-Mayo 2012).

Presidente: José Luis Ramírez Pelayo.

Vicepresidente: Everardo Cornejo Padilla (finado).

Secretario: Luis González Viramontes.

Tesorero: Augusto Emilio Rivera Castellanos.

Después, se presentan los comités, entre los que se encuentran el de Promoción y Procuración de Fondos: titulados por Ricardo Bon Echavarría, Andrés Plascencia Medina; Acción Social: María de la Luz de la Torre Jiménez; Comunicación: Jesús Castillo Téllez, Rodolfo López Torres; Eventos Culturales: Patricia Raya de Castro; Recursos Humanos: Vicky Alonso García; y, de Asesores Diocesanos: Pbro. José Luis Pérez Barba. Pbro. Celso Benjamín Rivera Muñoz.

También se presenta la Dirección General: dirigida por LCP. Marisela García Sandoval; Desarrollo Social: LTS. María Concepción Castillo Montes; Administración: LCP. Gloria Zamora García; Promoción: Ing. Francisco Márquez; y, Desarrollo Institucional: Lic. Nefthalí Martínez Abundis.

Acciones y Redes

Las acciones más importantes que realiza el Banco es el Banquete del Hambre, Uniendo Manos, Por un México sin Hambre y Donatel. El Banquete del Hambre, al igual que Donatel, son acciones encaminadas a la procuración de recursos monetarios.

A diferencia de Donatel, que es una línea telefónica a través de la cual se reciben donativos de la sociedad, el Banquete es la celebración de un convite donde participan empresarios, políticos y jefes de la iglesia católica, todos ellos con fuerte poder adquisitivo, a los cuales se les invita a donar recursos destinados a las acciones propias del Banco. El caso de Uniendo Manos y Por un México sin Hambre son campañas y acciones de redistribución de recursos.

El Banco para llevar a efecto otra de sus actividades fundamentales, que es la recaudación y redistribución de alimentos, se vale no sólo de la estructura organizativa ya descrita, sino de las redes sociales que ha podido tejer. En cuanto al sector público, se relaciona con todos los niveles de gobierno, en aras de acceder a recursos monetarios como a estímulos públicos. En cuanto a otras OSC se



relaciona directamente con 58 bancos de alimentos, organizaciones y fundaciones internacionales como Second Harvest, Asociación Mexicana de Bancos de Alimentos, Banco Diocesano de Alimentos Guadalajara, Cáritas Guadalajara, y, The Global FoodBanking Network.

Con universidades las relaciones son constantes, cuando no permanentes, con el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, campus Guadalajara, y, particularmente, con la Universidad de Guadalajara, pues a través de estas instituciones se hace llegar de recursos humanos, expresados en servicio social y voluntariado, el cual tiene un alto nivel de capacitación que se capitaliza positivamente en el Banco.

En cuanto al sector empresarial, prácticamente posee lazos de intercambio con todos los supermercados, como Wal-Mart, y, principalmente con la Unión de Comerciantes del Mercado de Abastos, a través de los cuales se hace llegar de alimentos para su redistribución.

Conclusiones

El Banco ha podido establecer múltiples lazos de intercambio de recursos, los cuales han devenido en redes sociales por donde fluyen recursos monetarios y simbólicos. Con diversos actores, provenientes del sector gubernamental, empresarial y civil, ha tejido lazos de intercambio, donde ha podido acceder a recursos alimenticios, para redistribuirlos en los sectores más marginales del estado.

En cuanto a los recursos humanos, ha podido acceder a ellos a través de los lazos construidos con universidades, donde estudiantes acuden al Banco para la realización del servicio social, tras la práctica es común que se integren al Banco desarrollando sus capacidades profesionales y potencializando las capacidades técnicas de la organización.

Por otro lado, la identidad católica que aglutina las acciones del Banco es un elemento imprescindible de las relaciones sociales, pues opera como un insumo de acción, es decir, el compartir las normas y los valores católicos puede invitar a los sectores poblaciones que los comparten a participar de las acciones del Banco.

Estos elementos que vertebran redes sociales son los canales a partir de los cuales circulan diversos capitales, simbólico, cultural, monetario y social. El gran impacto que tiene el Banco se debe en la gran capacidad de promover su capital social, es decir, de construir complejas redes sociales a partir de las cuales se hace llegar de los recursos que necesita en aras de potencializarlos para impactar en la vida social del país, y particularmente del Estado de Jalisco, donde es un referente de atención filantrópica.

Bibliografía

.....



- CORTINA, A. (2001). Alianza y contrato. Política, ética y religión. Madrid: Editorial Trotta.
- BANCO DIOCESANO DE ALIMENTOS, Guadalajara (2015). Página institucional. Obtenida el 1 de mayo, de www.bdalimentos.org
- BOURDIEU, P. (1990). Sociología y cultura. México: CNCA-Editorial Grijalbo.
- GRANOVETTER, M. (1973). The strength of weak ties. The University of Chicago Press: The American Journal of Sociology, 78(6), 1360-1380.
- LOMNITZ, L. (1989). Cómo sobreviven los marginados. México: Siglo Veintiuno Editores.
- LOMNITZ, L. (1994). Redes sociales, cultura y poder: Ensayos de antropología latinoamericana. México: Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa-Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- MARTÍNEZ, N. (2010). Entrevista al Lic. Neftalí Martínez, Director de Desarrollo Institucional del Banco Diocesano de Alimentos Guadalajara, AC.
- MITCHELL, C. (1974). Social Networks. Annual Review of Anthropology, 3, 279-299.
- PUTNAM, R. (1993). Making democracy work. New Jersey: Princeton University Press.
- PUTNAM, R. (2004). Community Engagement in a Changing America. México: Universidad Anáhuac.
- RITZER, G. (1993). Teoría Sociológica Contemporánea. México: McGraw-Hill.
- WELLMAN, B. (1983). Network Analysis: Some Basic Principles. American Sociological Association: Sociological Theory, 1, 155-200.

