



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Organización vecinal en las campañas políticas de los candidatos a  
diputados federales: PRD, PAN, PRI, en el distrito 14 Federal. Distrito Federal

TRABAJO TERMINAL

que para acreditar las unidades de enseñanza aprendizaje de

Seminario de Investigación e Investigación de Campo

y obtener el título de

LICENCIADO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

presenta

Oscar Mendizabai Pérez

Comité de Investigación

Director: Dr. Héctor Tejera Gaona

Asesores: Dra. María Ana Portal Ariosa y

Mtro. Juan Pérez Quijada

México, D.F.

diciembre del 2000

Matricula. 93326211



Casa abierta al tiempo

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA**

**UNIDAD IZTAPALAPA**

**DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES**

**ANTROPOLOGÍA SOCIAL**

**Organización vecinal en las campañas políticas de los candidatos a  
diputados federales: PRD, PAN, PRI, en el distrito 14 Federal. Distrito Federal**

TRABAJO TERMINAL

que para acreditar las unidades de enseñanza aprendizaje de

Seminario de Investigación e Investigación de Campo

y obtener el título de

**LICENCIADO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL**

presenta

Oscar Mendizabal Pérez

**Comité de Investigación**

Director: Dr. Héctor Tejera Gaona

Asesores: Dra. María Ana Portal Ariosa y

Mtro. Juan Pérez Quijada

México, D.F.

diciembre del 2000

Matrícula: 93326211

## **DEDICATORIAS**

### **A DIOS**

Por haberme dado la oportunidad de vivir, que con infinito amor paternal ha cuidado y guiado mis pasos. Refugio divino que en los peores momentos difíciles siempre ha estado conmigo, cuidándome y sobre todo dando la fortaleza necesaria para salir abante.

Por eso y mucho más, te doy las gracias.

### **A MIS PADRES**

Quienes han sido las personas más importantes que dios me ha dado en la vida.

A ustedes, que con amor y porque no decirlo con los sacrificios que hicieron, me dieron una de las herencias más valiosas para el ser humano, el estudio.

Para ustedes, con el más grande amor, agradecimiento y respeto que un hijo puede sentir, gracias.

### **A MI TIO CARLOS †**

En donde quiera que te encuentres. Sé que te sientas orgulloso de mí, ya que sin tu legado que dejaste en mí no seria lo que ahora soy. Siempre te llevare conmigo en el corazón.

### **A MI ABUELA †**

A ti, que en todo momento de mí existencia me brindaste tu amor y comprensión. Donde quiera que te encuentres sé que te sientes orgullosa de mí, nunca te olvidare.

### **A MI ASESOR: DR. HECTOR TEJERA GAONA**

Mi profundo agradecimiento, cariño y admiración por la confianza en mí depositada, por su tiempo, paciencia y regaños que de alguna forma sirvieron para ver culminada una obra que sin usted no hubiera podido, por eso y mucho más gracias, "erdap".

### **A MI HERMANA LIDIA**

No hay palabras suficientes para decirte todo lo que representes para mí. Sin embargo, creo pertinente en este momento decirte que yo sin ti no sería lo que ahora soy, te amo hermana.

### **A MI HERMANO PEDRO**

Quiero que compartas conmigo este momento, ya que sin tus regaños y consejos nunca hubiera terminado. Te quiero carnal.

### **A LILIANA CRUZ**

Tu que me diste las fuerzas necesarias para seguir adelante en los momentos difíciles de mi vida personal y profesional.

Por representar algo importante en mí y porque éste sea uno de los muchos logros que compartamos juntos. Para ti amor.

### **A MIS AMIGOS Y COMPAÑEROS**

Que compartieron conmigo una de las más importantes etapas de mi vida, que fue la investigación en campo, les doy las gracias y mi profunda admiración, ya que sin sus comentarios no hubiera podido realizar este trabajo: Liliana Cruz, Fabiola Flores, Gloria García, Norma Angelical Jaramillo y Víctor Manuel Segura. Sin olvidar a la Licenciada Noemí Torres por sus sugerencias, críticas y comentarios.

### **A MI QUERIDA UNIVERSIDAD**

Tengo la confianza y la fe de que algún día regresaré a tu seno, para devolvarte un poquito de lo mucho que me has dado.

### **AL DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA**

A todos y cada uno de ellos que hicieron sentir en mí, que el ser estudiante de antropología, es un orgullo, gracias. Sobre todo a todos los profesores que con su legado dejaron en mí un granito para tratar de ser como ellos, sin olvidar a una persona que en todo momento tuvo gestos de amistad hacia mí, a ti Socorro, gracias.

### **A PIERRE**

Por estar conmigo en una de las etapas de mi vida, te quiero peludo.

## ÍNDICE

<b>PROLOGO</b>	<b>1</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>6</b>
<b>1. SIMILITUDES Y DIFERENCIAS EN LA REALIZACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LAS CAMPAÑAS DE LOS CANDIDATOS A DIPUTADOS FEDERALES DEL PRD, PAN y PRI, EN EL DISTRITO 14 FEDERAL</b>	<b>12</b>
<b>1.1 Similitudes</b>	<b>12</b>
1.1.1 Recorridos (visitas domiciliarias)	12
1.1.2 Reuniones vecinales	13
<b>1.2 Diferencias</b>	<b>16</b>
1.2.1 Recursos humanos	17
1.2.2 Recursos financieros	19
1.2.3 Desacreditaciones	22
<b>2. DESARROLLO DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE LOS PARTIDOS PRD, PAN y PRI, EN EL DISTRITO 14 FEDERAL</b>	<b>23</b>
<b>2.1 Campaña del candidato del Partido de la Revolución Democrática (PRD)</b>	<b>23</b>
2.1.1 Antecedentes del candidato	23
2.1.2 Organización y desarrollo de la campaña del candidato del PRD	23
2.1.2.3 Un día en campaña con el candidato	29
2.1.3.1 Recorridos por el distrito electoral	30
2.1.3.2 Reuniones vecinales	43
<b>2.2 Campaña del candidato del Partido Acción Nacional (PAN)</b>	<b>47</b>
2.2.1 Antecedentes del candidato	47
2.2.2 Organización y desarrollo de la campaña del candidato del PAN	48
2.2.2.1 Recorridos por el distrito electoral	50
2.2.2.2 Reuniones vecinales	55
2.2.2.3 Festivales	59
<b>2.3 Campaña del candidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI)</b>	<b>61</b>
2.3.1 Antecedentes del candidato	61
2.3.2 Organización y desarrollo de la campaña del candidato del PRI	62
2.3.2.1 Recorridos por el distrito electoral	66
2.3.2.2 Reuniones Domiciliarias	73
2.3.2.3 Festivales	76

<b>3. COMPORTAMIENTO POLÍTICO EN LAS CAMPAÑAS: HACIA UN PARADIGMA TRADICIONAL</b>	<b>80</b>
<b>4. CONCLUSIONES</b>	<b>91</b>
<b><u>BIBLIOGRAFIA</u></b>	<b>94</b>
<b><u>ANEXOS</u></b>	<b>97</b>

## **PRÓLOGO**

El presente trabajo fue realizado mediante la elaboración del material recabado durante un trabajo de campo de dos meses y medio de duración en las campañas electorales de los candidatos a diputados federales del PRD, PAN y PRI en los distritos 14, 15, 27 federal y 10 local. Campañas que se realizaron del 20 de abril de 1997, al 2 de julio del mismo año, periodo de la culminación del proselitismo de las campañas de los partidos antes citados. El trabajo de campo dio seguimiento día con día a recorridos, reuniones y festivales.

Cabe resaltar que el realizar una investigación sobre las campañas políticas para diputados federales y locales en una urbe como el Distrito Federal, no fue nada sencillo ya que se presentaron varios obstáculos que dificultaron su desarrollo.

El primer paso fue localizar las direcciones de los distritos que el equipo de investigación había acordado; estos distritos electorales eran el 14,15, 27, 29 y 30 federal de acuerdo a un estudio sociodemográfico que se realizó previamente para ver y comprobar ciertas diferencias en el pensar y comportamiento de la ciudadanía con relación a cada una de las campañas, así como la realización específica de cada uno de los candidatos de los partidos antes mencionados.

Debido a la poca información que se nos brindó en los comités estatales de cada partido en cuanto a las direcciones de comités o casas de campaña de cada uno de los distritos antes citados, se optó por ir personalmente a buscarlos, estos fueron los distritos electorales 14, 15 y 27 federal y uno que no se tenía contemplado, el distrito local

10. Este último se tuvo que agregar a la investigación debido a los problemas que se presentaron para conseguir las direcciones de los comités de campaña de los partidos PRI, PAN y PRD en los distritos 29 y 30 federal.

Es importante resaltar que en los distritos en donde se obtuvieron las direcciones de los comités de campañas de cada uno de los candidatos, se presentaron algunas dificultades para que se brindara el acceso a las mismas. Sobre todo con los coordinadores y los propios candidatos, ya que de éstos dependía nuestra aceptación o rechazo en sus actividades proselitistas (recorridos, reuniones, festivales, etc.).

El convencerlos no fue nada fácil debido a la desconfianza que se tenía de que fuéramos espías de otros partidos, un ejemplo claro donde se nos presentó tal fenómeno fue con el Secretario del Comité Distrital en la campaña de los candidatos del PRI por el distrito electoral 27 federal y 36 local:

Una vez ubicado el Comité de Campaña de los candidatos del PRI en los distritos electorales antes señalados, fuimos recibidos y atendidos por el Secretario del Comité, se procedió a explicarle el motivo de la visita que era el que se nos brindara el acceso a las campañas de sus candidatos, debido a intereses académicos de nuestra parte. Al finalizar con la explicación, el señor se mostró un tanto desconfiado hacia nosotros diciéndonos: "¿cómo sé que la finalidad de acompañar a mis candidatos es para fines académicos, y no para espiar nuestras actividades en campaña y darle la información a otros partidos?"

Ante la desconfianza de él hacia nosotros, procedimos a enseñarle las cartas que el

departamento de Antropología nos había otorgado para constatar que éramos estudiantes y que la única finalidad de acompañar a los candidatos en sus campañas era para fines particulares de la propia investigación. Es importante aclarar al lector que aunque estas cartas de presentación que nos brindó el departamento no eran una llave para que se nos aceptara de facto dentro de las campañas de los candidatos, sí cumplieron por otra parte, en constatar ante los coordinadores y candidatos que el propósito de acompañarlos en sus actividades proselitistas era solamente para un fin particular; es decir, para realizar nuestra investigación y, que más allá de nuestra preferencia política, no nos íbamos a inmiscuir en cosas ajenas a la propia investigación.

Al ver nuestras acreditaciones, el Secretario quiso intimidarnos por otras vías diciendo que las campañas de sus candidatos empezaban muy temprano, 6:00 de la mañana, y terminaban a altas horas de la noche.

Tal vez este tipo de comentarios lo hizo para que desistiéramos y nos diera miedo, pero a pesar de sus comentarios, le dijimos que no importaba el horario. Para culminar, el secretario se dirigió al profesor Héctor Tejera Gaona, director de tesis, y le dijo que tenía primero que hablar con los candidatos para ver si era posible que los acompañáramos, quedando en hablarle para confirmar.<sup>1</sup> Jamás lo hizo.

---

<sup>1</sup> Ubicación y búsqueda de comités distritales de los partidos de Tláhuac, 29 de abril de 1997.

Por otra parte, en las campañas donde se nos aceptó se presentó el mayor obstáculo para la realización de la investigación, éste fue que los propios coordinadores y candidatos se valieron de las facilidades que nos brindaron dentro de sus campañas para utilizarnos como uno más de sus ayudantes, tanto en la repartición de su propaganda, como en la presentación de los candidatos con la ciudadanía. Situación que nos desconcertó y molestó porque más allá de ser sólo un observador en sus actividades, fuimos utilizados y tratados como uno más de los ayudantes en sus proselitismos.

Un ejemplo de la actitud de rechazo y desconfianza ante nuestro equipo se dio más de una vez durante la investigación cuando no se nos dejaba escuchar lo que la gente les decía o pedía, ya que para ellos era más importante que les ayudáramos a tocar puertas de los vecinos que el ver la actitud o reacción que tomaban los ciudadanos y candidatos cuando estaban cara a cara. Situación que hizo que más de una vez se llegara a perder la objetividad de la investigación, que era ver las percepciones y expectativas tanto de los candidatos como de los ciudadanos.

De la misma manera, otras de las dificultades con las que tuvimos que enfrentarnos fue la poca o mucha información que se nos brindó tanto de los coordinadores como de los candidatos en reuniones privadas y en sus actividades proselitistas por el distrito, ya que para ellos el dar cualquier información podía ocasionar un espionaje interno para la campaña; por ejemplo, cuando se les pidió la agenda de los posibles sitios por donde iban a realizar sus recorridos, reuniones y festivales

jamás la brindaron, su excusa era que ni ellos mismos sabían con exactitud dónde se realizarían los posibles eventos.

En términos generales; estos fueron los percances y dificultades con los que tuvimos que enfrentarnos día a día los tesisistas en campo. Sin embargo, a pesar de los problemas que se presentaron con los candidatos y su gente, no dejó de agradecer a cada uno de ellos por haber contribuido para que la investigación se llevara a cabo, gracias.

Por otra parte, quiero agregar que aunque se dio seguimiento a las campañas políticas de los candidatos en los distritos electorales 14, 15 y 27 federal y 10 local por ciertos intereses particulares, la presente investigación está sustentada en las observaciones realizadas en las campañas de los candidatos del PRD, PAN y PRI, dentro del distrito 14 federal, las cuales abarcan la delegación de Iztacalco y algunas colonias de la delegación Benito Juárez (ver anexo 1), ya que es ahí donde se detectaron algunos problemas específicos de organización ciudadana dirigidas a la obtención y mejoramiento de diversos servicios públicos así como de intereses personales.

*La ciudad es más bien un estado de ánimo, un conjunto de hábitos y tradiciones, de actitudes y sentimientos organizados entre sí y mantenidos vivos. En otras palabras, no es simplemente un mecanismo físico y una construcción artificial: es una parte de los procesos vitales de la gente que la compone; es un producto de la naturaleza y en particular de la naturaleza humana*

*R. E. Park*

## **INTRODUCCIÓN**

El tema de la presente investigación versa sobre organización vecinal, se realizó mediante las observaciones realizadas durante las campañas electorales a diputados federales en el distrito 14 federal.

En el distrito mencionado se detectó que el comportamiento político de la ciudadanía, no estuvo encausado hacia una participación de un bien común fruto de una organización vecinal, tomando en cuenta que es parte de los movimientos urbanos, "todas aquellas acciones llevadas a cabo por los habitantes de una ciudad, cuyo fin va a estar relacionado con los problemas de servicios, vivienda, seguridad,

protección del espacio que habitan, entre otras, proceso que influye en el ambiente físico ocupado por el grupo que se moviliza”.<sup>2</sup>

Por lo tanto, si al hablar de un bien común es remitirse a una acción prèdispuesta llevada acabo por los habitantes de cierta comunidad para conseguir ciertos fines. Entonces de facto puedo anticipar que la actitud vista en la población de dicho distrito, en cuanto a las observaciones realizadas en la investigación no estuvo encausada hacia una participación para un fin comunitario.

Actitud que fue comprobada frente a los candidatos, actitud que hacía notar una cierta dependencia, ya que si se toma en cuenta el tipo de peticiones que les hacían como servicios para sus calles o colonias, hasta cuestiones personales, dichas peticiones mostraban una falta de organización debido a que en cuanto a servicios, las personas no eran capaces de solucionarlos por si mismos. Ante la incapacidad para organizarse se acercaban a los candidatos, muchas veces no porque les interesara saber quiénes eran o qué proponían sino, que sus peticiones fueran resueltas a partir de la negociación de su voto.

Es precisamente con base en lo anterior de donde partiré para ver cuáles son esos elementos o indicadores por los cuales la ciudadanía del distrito 14 federal no se organizaba para llevar a cabo ciertas acciones en un beneficio común.

Partiendo de un supuesto, creo que la falta de organización de las personas puede ser explicada si nos remitimos a la historia como

---

<sup>2</sup> Alonso Jorge, (coord.), Los movimientos sociales en el Valle de México 1, Colegio Miguel Othón de Mendizábal, p. 59

producto de una idea paternalista muy arraigada en las mentes de los individuos la cual los predispone a no organizarse, donde la ciudadanía tiene la firme idea de que el Estado o los posibles gobernantes tienen la obligación por medio de su poder cuasi "omnímodo"<sup>3</sup> de otorgarles los medios para satisfacer sus necesidades.

Esta idea en cierta forma ha sido retroalimentada por el propio Estado, ya que desde la revolución de 1910, según José Antonio Crespo, el régimen se implanta como un revolucionario que plantea como uno de sus objetivos centrales "la justicia social, la meritocracia como de ascenso social, la equitativa distribución de las oportunidades de desarrollo personal (como educación, trabajo, etc.) y de los distintos satisfactores sociales (como el ingreso, la vivienda, la salud, etc.) (...) y concretamente esto queda mejor definido en la Constitución de 1917 donde se implanta la obligación del Estado de crear la escuela pública y la educación como un derecho de todos, la propiedad ejidal y una legislación laboral que vigilaría la relación patrón-obrero".<sup>4</sup> A partir de aquí el Estado mexicano surge como el encargado de custodiar los intereses del pueblo.

Otro hecho de igual importancia que marcó aún más ese papel del Estado como ese guardián de los intereses del pueblo, fue en el periodo presidencial de Lázaro Cárdenas caracterizándose por el gran

---

<sup>3</sup> Omnímodo, (Del latín omnimodus; de omnis, todo, y modus, modo.) Adj. Que lo abraza y comprende todo.

<sup>4</sup> Crespo, José Antonio. "La legitimidad y comportamiento electoral en el Distrito Federal, 1998", en Alonso, Jorge. Cultura Política y Educación Cívica, México, Porrúa, 1994, p. 64.

apoyo que brindó no sólo a los trabajadores sino al pueblo en general, razón por la cual constantemente es llamado el Fundador del Paternalismo en México.

Dé ahí la importancia de esta investigación en ver que en un proceso como lo fueron las campañas a diputados federales, el comportamiento político de las personas es de suma relevancia, ya que es ahí donde elementos como actitudes, percepciones y motivaciones del individuo se ven reflejados. Por medio del estudio de cómo participan, se desenvuelven y cómo se relacionan los electores con personas o partidos que se disputan un puesto en el poder, esto nos dará elementos para conocer la cultura política de nuestra sociedad.

Entendamos en términos generales por Cultura Política a: "el conjunto de actividades, creencias y sentimientos que ordenan y dan significado a un proceso político y que proporcionan los supuestos y normas fundamentales que gobiernan el comportamiento en el sistema político".<sup>5</sup>

Por lo tanto, las campañas electorales son vistas, para intereses de la investigación, como un espacio único y privilegiado para ver si el comportamiento de la ciudadanía del distrito 14 federal estuvo vinculado con el concepto de Estado Paternalista.

---

<sup>5</sup> Nieto, Raúl, "Cultura política y clases obrera", en Alonso, Jorge, Cultura política y educación cívica, *op. cit.*, p.

La información para elaborar el presente trabajo consistió en dos fases:

*La primera fase*, fue la elaboración de un catálogo de temas que tuviera que ver con planteamientos teóricos, metodológicos y prácticos sobre Cultura Política dentro de las campañas políticas de los candidatos a diputados locales y federales en algunos distritos electorales del Distrito Federal (ver anexo 2.). Fase que se llevó a cabo con la búsqueda y recopilación de datos y bibliografía.

Es importante aclarar a los lectores, la importancia que adquirió esta fase para nosotros, ya que esta información, dio como resultado el planteamiento teórico que se tomaría por parte de cada uno de los tesisistas dentro de la investigación.

*Segunda fase*, posterior a la clasificación de datos y bibliografía, dió inició al seguimiento de las campañas de los candidatos a diputados federales de los tres principales partidos, PRI, PAN y PRD, en cuatro diferentes distritos electorales, 14, 15, 27 federal y, 10 local, que se encuentran dentro de la delegación Cuauhtémoc; (Ver anexo 3), de los cuales se dió seguimiento a tres campañas del Partido Revolucionario Institucional (PRI); tres del Partido de la Revolución Democrática (PRD) y dos del Partido Acción Nacional (PAN.)

Así, el presente trabajo se encuentra desarrollado en los siguientes capítulos:

En el primer capítulo se hace una descripción generalizada de las principales actividades que llevaron a cabo los candidatos del PRD, PAN y PRI por el distrito electoral 14 federal; es decir, cuáles fueron

las similitudes y diferencias de cada campaña en cuanto a la realización y organización de éstas por el distrito. El propósito es darle al lector una primera idea de cómo se lucha para obtener el voto de los electores.

En el segundo capítulo se hace una descripción más amplia sobre el desarrollo de las campañas de cada uno de los candidatos; sobre todo, las actitudes más relevantes tanto de los candidatos como de los ciudadanos cuando se encontraban cara a cara.

En el tercer capítulo, con base en las descripciones hechas, se hará una interpretación generalizada de las actitudes que tomaron los ciudadanos ante los candidatos para darle razón de ser al tema de esta investigación.

Finalmente, las conclusiones que se desprenderán de la investigación, así como los límites de la misma.

## **1. SIMILITUDES Y DIFERENCIAS EN LA REALIZACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE LOS CANDIDATOS PRD, PAN Y PRI, EN EL DISTRITO ELECTORAL 14 FEDERAL.**

Como lo señalé en páginas anteriores, esta parte del trabajo estará encausado en ver las principales similitudes y diferencias en cuanto a la realización y organización de las campañas de los candidatos en el distrito electoral 14 federal. El objetivo es mostrar ciertos elementos que forman parte de la lucha política de la ciudadanía en el campo electoral.

### **1.1 SIMILITUDES.**

El principal objetivo de las campañas de los candidatos federales fue buscar un contacto más directo con la ciudadanía con el propósito de que los conocieran y a la vez se entablara una relación más personal que les permitiera crear cierta preferencia a su posible electorado.

Relación buscaba de dos maneras: a través de recorridos por las distintas secciones que conforma el distrito electoral y reuniones domiciliarias en puntos determinados.

#### **1.1.1 Recorridos: Visitas casa por casa.**

Los recorridos por el distrito fueron una característica de los candidatos del PRD, PAN y PRI. La estrategia de éstos fue ir a buscar al electorado en sus hogares tocando sus puertas, entregando propaganda con información de ellos como la del partido al que pertenecían, y en algunas ocasiones, dando algún presente (gorras, playeras, saleros, bolsas para mandado, etc.)

Cabe resaltar, que más allá de dar algún presente o de que las personas vieran al equipo recorriendo las calles, el objetivo de los candidatos y sus recorridos por las distintas secciones del distrito fue que la gente quedara convencida de que ellos estaban dispuestos a ayudarles en cualquier problema que tuvieran y por eso se ponían a sus órdenes. Inclusive, hubo candidatos que dejaban las direcciones de sus comités de campaña con la intención de que si las personas llegaban a tener alguna duda o problema acudieran a ellos.<sup>6</sup>

Es importante mencionar que así como estuvieron dispuestos a ganarse la simpatía del electorado por la vía de dar o prometer la resolución de algunas gestiones, fue poco frecuente de su parte que dieran a conocer a la población del distrito alguna propuesta clara de lo que harían si llegaban a ganar.

Este tipo de acercamiento intentó atraer a la mayor cantidad de electorado para asegurar una victoria por el distrito. Comportamiento que no sólo se vio reflejado por los candidatos en sus recorridos sino, como veremos más adelante, fue una constante tanto en las reuniones que llegaron a realizar por el distrito, como en los propios festivales.

### **1.1.2 Reuniones vecinales.**

Esta fue otra de las actividades que realizaron los candidatos del distrito 14 federal, caracterizada primordialmente por convocar con ayuda de sus militantes o simpatizantes al mayor número de electores en un lugar determinado con una doble intención: la primera, que en un menor tiempo posible los candidatos expusieran a los presentes su

---

<sup>6</sup> Un ejemplo de esto fue el candidato del Partido Acción Nacional, en el distrito 14 federal.

plan de trabajo; y la segunda, para que la gente reunida conociera y conviviera con los candidatos, expresándole ya fuera problemas que afectaban su entorno inmediato o cuestiones más personales que tenían que ver con problemas familiares.

Cabe resaltar, como se verá en el siguiente apartado, que la mayor parte de las veces los candidatos se comportaron ante su electorado como gestores. Actitud que me hizo pensar que los candidatos más allá de dar a conocer las propuestas que impartirían a la ciudadanía durante su legislación, se preocuparon más por tratar de agradar a la mayor cantidad de gente reunida por la vía de prometer alguna solución a sus peticiones con la idea de verse favorecidos el día de las elecciones con la población del distrito visitado.

Por otra parte, así como en los recorridos donde los candidatos no dieron a conocer a la población visitada sus propuestas, las reuniones no fueron la excepción; salvo en algunos casos en que se los pedían. Como se pudo observar durante la investigación por lo general este tipo de acercamiento estuvo más dirigido a tratar de agradar a la mayor cantidad de ciudadanos por la vía de acceder a algunos caprichos o peticiones que eran hechos a los candidatos en lugar, del convencimiento a través de las propuestas que se implantarían con la obtención del voto y el triunfo.

Un ejemplo en el que se percibió esta actitud fue, en una de las reuniones hechas por uno de los candidatos:

Ya en la reunión y antes de que el candidato iniciara con su participación, la dueña de la casa le pidió que si les podía contar a sus amistades reunidas, sobre sus vivencias con

los guerrilleros de Chiapas ya que estaban muy interesados en saber cuál era el ambiente que se vivía ahí.

El candidato sin pensarlo aceptó a la petición diciendo: "Me siento halagado que haya gente que quiera saber sobre el problema que se vive en el Estado de Chiapas".

Es importante mencionar que esa actitud tomada por la dueña de la casa ante el candidato se debió a que era amiga de él por lo que sintió cierto derecho en pedir tal favor, y tal vez también lo hizo porque eso le podía generar cierto prestigio ante sus conocidos.

Cabe resaltar que durante la reunión no se habló de otra cosa que no fuera sobre el conflicto de Chiapas, dejando en un segundo plano la finalidad de la reunión que era que el candidato expusiera su plan de trabajo.<sup>7</sup>

La situación descrita parece indicarnos dos cosas:

La primera: que las campañas fueron vistas por la ciudadanía como una subasta electoral en donde el candidato que más prometiera o accediera a peticiones o caprichos generados por los mismos, posiblemente podría generar cierta simpatía para sí o para su partido pudiéndose reflejar con su voto el día de las elecciones; segunda: que esa misma actitud también fue vista por los candidatos, actitud que hacía denotar que si ellos accedían a caprichos o gestiones hechas por el electorado en ese momento era para también generar una cierta confianza o simpatía ante el electorado, pudiéndose también reflejar el día de las elecciones.

---

<sup>7</sup> Reunión de vecinos en la colonia Santa Anita, 11 de junio de 1997.

Este comentario antes citado es para darle al lector una idea general de cómo se vivieron las campañas. Tema que se acotará más en el siguiente capítulo en donde se verá esa interacción entre los ciudadanos y candidatos durante las campañas.

Por otra parte, habría que resaltar que aunque la finalidad de las reuniones llevadas a cabo por los candidatos en el distrito fue generar un mayor consenso de ciudadanos a favor de sus intereses, ganar las elecciones por el distrito, ya en la práctica se vio que no tuvieron los resultados esperados, debido a la poca afluencia e interés que se generó en la misma ciudadanía ante estos eventos (15 personas máximo.)

Esta poca participación e interés de la población en asistir a las reuniones hizo que la mayoría de las veces, como lo veremos en el siguiente capítulo, los mismos militantes o allegados a los candidatos se ofrecieran para que éstos presentaran sus propuestas a sus vecinos y amigos más cercanos.

Cabe resaltar, que a pesar de los esfuerzos realizados por los militantes de cada partido en apoyar a sus candidatos en la realización de reuniones no lograron que la asistencia mejorara, ya que en las que llegaron a realizar sólo se vio una asistencia de familiares y amistades más íntimas.

## **1.2 DIFERENCIAS.**

De la misma manera, así como hubo similitudes en las campañas también se observaron ciertas diferencias que caracterizaron el desarrollo de cada una de las campañas.

La primera, y creo que la más importante, fue la desigualdad de recursos humanos con los que contó cada candidato para llevar a cabo su campaña.

### **1.2.1 Recursos humanos.**

El candidato del PRI, fue el único de los tres candidatos que contó con una estructura territorial con base en una división de distritos y secciones; es decir, con redes sociales, clientelismo político y sus famosas brigadas, que fueron puestas a su disposición para llevar a cabo el proselitismo por el distrito.

Es importante resaltar que de los tres candidatos, éste se caracterizó por reforzar su campaña por secciones donde en elecciones pasadas había contado con el famoso "voto duro", así como en los lugares donde contaba con el apoyo de líderes.<sup>8</sup>

Por otra parte, fue poco común por parte de este candidato que hiciera proselitismo por secciones donde no contaba con el voto duro o redes, sobre todo por secciones, en donde sabía que la oposición era fuerte.<sup>9</sup>

El candidato del PAN aunque no contó con una estructura territorial tan amplia como la del candidato del PRI con base a redes y clientelismo, llevó a cabo su campaña en dos etapas:

La primera fue, ganar adeptos en las secciones donde en elecciones pasadas había perdido por una diferencia de 100 a 200 votos. La táctica que empleó el candidato en estas secciones fue tratar de convencer a la mayor cantidad de ciudadanía por todos los medios que

---

<sup>8</sup> Un ejemplo claro fue en la colonia Campamento dos de octubre.

<sup>9</sup> Sobre todo por las colonias aledañas al distrito 21 local.

tuvo a su alcance, de que su partido y él eran la mejor alternativa para un cambio. Donde no le importaba tardarse más de lo establecido con una sola persona siempre y cuando él creyera que la había convencido para su causa.

La segunda etapa fue en las secciones donde sabía que contaba con el voto duro. La estrategia que empleó fue seguir manteniendo esa preferencia del electorado con ayuda de sus promotores de voto, mejor conocidos como PBO (plan básico operativo). La finalidad era que en esas zonas no se perdiera la simpatía del electorado hacia el partido y se contara con esos votos el día de las elecciones.

El candidato del PRD, aunque no contó con un apoyo territorial con base en un clientelismo político, redes sociales ni con un voto duro, sí recurrió a la simpatía que tenía la misma ciudadanía ante el partido y; sobre todo, ante la figura de Cárdenas para generar un consenso de la misma gente a su propia campaña. El candidato intentó convencer a la población del distrito para que le diera la oportunidad de representarla ante la cámara, haciendo hincapié en que él no sería como los falsos profetas de los otros dos partidos, (refiriéndose a los candidatos del PAN y PRI) que sólo buscaban el voto de la ciudadanía para llegar al poder. Por lo que les pedía la oportunidad de que le brindaran su apoyo con el voto el día de las elecciones, haciendo el exhorto de que él no les iba a fallar.

Esta actitud vista en el candidato de pedir e incluso de exigir el voto al electorado, se debió a que no tenía miedo o temor de que la gente le negara la oportunidad de representarlos, debido a que los ciudadanos no le podían hacer alguna reclamación por promesas incumplidas por

su parte, ya que nunca su partido había gobernado en el Distrito Federal.<sup>10</sup> El único reclamo fue no haber defendido los votos de la gente en las elecciones de 1988.<sup>11</sup>

### **1.2.2 Recursos financieros.**

Otra de las diferencias vistas en cada una de las campañas de los candidatos fue el derroche de recursos financieros con que los tres candidatos contaron para ellos. A lo que me refiero fue al tremendo despliegue de regalos de que se valieron unos candidatos tanto en sus recorridos como en los festivales, para generar una simpatía ante el electorado (salas, comedores, licuadoras, plumas, llaveros, playeras, gorras, cilindros de agua, despensas, etc.).

La idea de regalar algunos presentes fue con la intención de que la gente de alguna manera se comprometiera hacia ellos y sus partidos y votaran a su favor.

Por una parte, de los tres partidos, el que hizo valer más esta condición en sus recorridos fue el candidato del PRI. Habría que mencionar que para este candidato, como para su partido, el hecho de llegar con las manos vacías ante el electorado era más que suficiente para que no se terminara un recorrido.

Actitud que parece indicar que para el candidato como para el partido el llegar ante la ciudadanía con un presente era también suficiente

---

<sup>10</sup> Plática con el candidato durante uno de los recorridos por la colonia Nativitas, 12 de junio de 1997.

<sup>11</sup> Esta fue una constante durante su campaña (reuniones y recorridos.) Recordemos que según el rumor popular, el ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas entonces candidato del PRD a la presidencia, fue quien en realidad obtuvo el triunfo y no Carlos Salinas de Gortari, candidato del partido oficial.

para que los aceptaran aunque fuese en ese momento y no les hicieran ningún reclamo o comentario por la forma de cómo estaba llevando a cabo su partido la vida política del país.

Los otros dos candidatos del PAN y PRD, aunque se valieron del regalo en sus recorridos para conseguir la simpatía de los votantes lo hicieron en menor proporción que el PRI, debido al presupuesto con el que contaron para sus campañas.<sup>12</sup>

Los festivales fueron otro medio de los candidatos del PRI y PAN para llamar la atención de la población. Este tipo de eventos se llevó a cabo en fechas especiales como el 10 de mayo, 30 de abril etc., o simplemente para agradecer a su posible electorado.

Una característica de los eventos fue el tremendo derroche de dinero que emplearon para la realización de éstos: grupos musicales, payasos, así como rifas de regalos nada despreciables ante los ojos de la gente como salas, comedores, juegos de vasos, batidoras y, en el peor de los casos, playeras y gorras con el emblema del partido).

Cabe mencionar que las rifas que hicieron los candidatos eran realizadas al final del evento con la intención, como se pudo observar durante la investigación, de que los presentes estuviera en todo el acto y no se fueran antes de que los candidatos dieran a conocer ya fuese las propuestas de su partido, o simplemente para agradecer a los presentes su participación al evento.

---

<sup>12</sup> El candidato del PRD, tuvo un presupuesto de \$93.000, pesos para su campaña, por otra parte, el candidato del PAN, tuvo un presupuesto de \$100.00, pesos dividido en cinco partidas.

Sin embargo, aunque ésta fue la táctica de los candidatos para que la gente presente se mostrara interesada en ellos por sus propuestas y no tanto por los regalos que dieran en ese momento. Se pudo notar que el interés de asistir a los festivales, estuvo vinculado a otros intereses como fue la obtención de un beneficio particular, aunque éste fuese mínimo, actitud que fue comprobada durante la investigación donde la propia ciudadanía hacía comentarios entre ellos: "a ver qué me toca" o "qué es lo que están dando," dejando en un segundo plano lo que el candidato les dijera en ese momento.

Un ejemplo de muchos donde se vio la importancia que adquirió para la ciudadanía lo que los candidatos daban en comparación de lo dicho por ellos se dio en uno de los festivales que realizó uno de ellos:

Una vez comenzado el festival y que la afluencia de la gente había mejorado debido los regalos ostentosos que el candidato iba a rifar para complacer (ollas exprés, licuadoras, planchas, cafeteras, etc.) Se pudo notar, que una vez que se había llevado a cabo la rifa, la mayoría de los presentes que había asistido al evento se empezaban a retirar, pese a los esfuerzos tanto del maestro de ceremonia como del mismo candidato en insistirles que no se fueran ya que el festival no había concluido.

El evento finalizó con la misma cantidad de gente que en un principio se había concentrado".<sup>13</sup> (Militantes del mismo partido.)

---

<sup>13</sup> Festival del día de las madres, 10 de mayo de 1997.

### **1.2.3. Desacreditaciones.**

Finalmente, otra de las diferencias que se observaron durante la investigación fueron las estrategias que emplearon los candidatos ante la ciudadanía para desacreditar a sus competidores, desacreditaciones que iban desde el embuste, la mentira, la denuncia hasta la descalificación.

En términos generales, estas fueron las similitudes y diferencias en cuanto a la realización y organización de las campañas de los candidatos por el distrito. Es importante mencionar al lector que no especifico claramente cómo fue el comportamiento tanto de los candidatos como del electorado cuando se encontraron cara a cara, porque será tema del siguiente capítulo, mismo en que se verá claramente cómo se dio la relación entre éstos.

## **2. DESARROLLO DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE LOS PARTIDOS PRD, PAN Y PRI, POR EL DISTRITO 14 FEDERAL**

### **2.1 CAMPAÑA DEL CANDIDATO DEL PARTIDO DE LA REVOLUCION DEMOCRÁTICA, (PRD.)**

#### **2.1.1 Antecedentes del candidato.**

El Partido de la Revolución Democrática tuvo como representante a una persona que en el ámbito académico se ha desempeñado como profesor en la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), en la Universidad de Minnesota, Estados Unidos, Director de la Escuela Nacional de Antropología e Historia y actualmente es investigador del INAH y miembro de Sistema Nacional de Investigadores.

Dentro del partido fue miembro y fundador del PRD y un firme impulsor de una solución pacífica, política y negociadora en el conflicto en Chiapas. Así como Diputado en la LIV Legislatura e integrante del Comité Ejecutivo Nacional del partido (1995-1996).<sup>14</sup>

#### **2.1.2 Organización y desarrollo de la campaña del candidato del PRD.**

La campaña del candidato del PRD en el distrito 14 federal, se caracterizó desde su inicio por la falta de redes sociales, como de un clientelismo político que le pudiera facilitar un acercamiento más directo con la ciudadanía del distrito. Este tipo de carencias como lo hizo saber el mismo candidato a nuestro equipo se debió:

---

<sup>14</sup> Información obtenida de los trípticos que repartía el partido a la ciudadanía del distrito.

A que el mismo partido no contó con una adecuada organización interna que le permitiese saber con anticipación qué posibles candidatos podían representarlo por los diversos distritos electorales. Es decir, quien fuera electo hiciera una precampaña por la zona con la intención de ver si contaba con un apoyo territorial, (redes sociales), así como el irse familiarizando con la misma ciudadanía del distrito y no sucediera lo que a él le pasó, que fue elegido por el partido en el último momento sin saber de los problemas y carencias que podía presentar la gente del distrito.<sup>15</sup>

Debido a la desorganización interna del partido se ocasionó que la campaña de este candidato presentara dificultades en su ejecución.

Anterior a la designación del candidato como representante del PRD en el distrito 14 federal, éste había sido designado por el partido para que lo representara en el distrito 27 federal que se encuentra dentro de la delegación Tláhuac, pero debido a ciertos intereses particulares del partido y de la misma gente que apoyó al Lic. Ordorica,<sup>16</sup> se optó porque éste último se quedara ahí, ya que contaba con mucho reconocimiento y presencia ante la gente del distrito, cosa que le favorecía al mismo PRD para intereses de elecciones.

Al ser substituído, fue llamado por el Ingeniero Cárdenas para decirle que la finalidad de la substitución del distrito 27 federal no se debía a cuestiones personales, sino que, había sido una estrategia del mismo

---

<sup>15</sup> Formas estatutarias de elección de candidatos, 10 de junio de 1997.

<sup>16</sup> Ordorica fue el candidato del partido en el distrito 27 federal, anterior a su designación fue delegado de Tláhuac.

Ingeniero para tener a una persona de confianza en el distrito 14 federal. Éste aceptó pero más a la fuerza que por propia voluntad, porque en términos prácticos las campañas para diputados federales ya habían comenzado (09 de Mayo), lo que hacía más difícil su campaña por el distrito, debido a dos principales cuestiones:

Una, porque el plan de trabajo que había elaborado antes de su sustitución, estaba más adecuado a un contexto rural-urbano debido a las características del distrito 27 y segunda, porque no tenía ni la más remota idea de cómo iba a realizar una campaña en donde no conocía a nadie.

Este tipo de problemas que se le presentaron al candidato antes de llevar a cabo su campaña por el distrito, no fueron las únicas dificultades que tuvo que enfrentar, sino que ya dentro del mismo comité de campaña tuvo que lidiar con desacuerdos que se presentaron con la candidata a diputada local por el distrito 18. Problemas que se suscitaron, debido a que ésta nunca se sujetó a los acuerdos que se fijaban en las juntas que se realizaban cada semana en el comité, en las que se analizaban las secciones que se recorrerían en el transcurso de la semana entre los dos candidatos; con base en un mapa que sé tenía del distrito.

La idea de estas sesiones, era realizar las campañas juntas en sus puntos coincidentes, pero fue común por parte de la candidata que omitiera las reglas.

El momento en que se dio el rompimiento definitivo entre los dos candidatos fue durante un recorrido que se realizó por la colonia Santa Anita:

Antes de que se diera el inicio del recorrido por la colonia, el candidato a diputado federal le pidió a su colega, la diputada local, que lo apoyara con unos de sus brigadistas, con la idea de que el recorrido se hiciera lo más rápido posible.

Ella accedió pero no con mucho agrado.

Al iniciar el recorrido el candidato les pidió a los que se incorporaron a su equipo que hicieran lo posible porque la gente recibiera de sus mismas manos la propaganda de los dos candidatos y, que si llegaban a tener a una persona indecisa trataran de convencerla o llamarle para ganar esos adeptos y se reflejaran el día de la votación.

A pesar de que les insistió de cómo quería que llevaran a cabo el proselitismo por la colonia, éstos hicieron caso omiso a su petición, ya que el propio hijo del candidato se había percatado que sólo estaban dejando en los buzones de las casas la propaganda.

Ante esta situación, el candidato molesto le dijo: "ni modo, ellos están acostumbrados a trabajar así, pero no vuelvo a salir ni a la esquina con ellos, no se sujetan a los acuerdos. Por eso es preferible hacer nuestro trabajo por nuestra cuenta, aunque nos tardemos más."

Al llegar al comité de campaña, el candidato trató de llamarles la atención a los que habían ayudado durante el recorrido, pero antes de que terminara la candidata le dijo "no tienes por qué decirles nada a ellos, así trabajan, si te parece sino ni modo". Ante esos hechos el candidato molesto dijo no tienen

disciplina, no vuelvo a salir con ellos ni a la esquina".<sup>17</sup>

Es importante mencionar que la candidata no sólo tuvo diferencias y conflictos con el candidato a diputado federal sino también con la propia gente que ayudó y apoyó a éste en su proselitismo por el distrito electoral. Problemas que se derivaron por dos motivos:

El primero, porque no querían que el candidato a diputado federal llevara a cabo su campaña con ella, debido a que anterior a las campañas ya conocían a la candidata por la mala reputación que tenía con la ciudadanía del distrito, situación que podía generar un malestar ante la propia gente, sobre todo, con la que la conocía con anterioridad.

Un ejemplo donde se aclara con más exactitud lo antes citado, nos fue comentado por la suplente del candidato a diputado federal:

La candidata no es una persona muy respetada y querida por la gente de su distrito 18 local, sobre todo en la unidad habitacional donde vive, pues la consideran una persona trcalera y conflictiva.

En el partido ha hecho considerables fraudes de dinero, como de sustituir a candidatos por otros. En estas elecciones se valió de sus contactos dentro del partido para sustituir al candidato que iba a representar al partido en el distrito 19 local por otro, (al candidato que substituyó fue para meter a una persona muy allegado a ella.) La suplente no se explica cómo lo hizo, pero de lo que sí está segura es

---

<sup>17</sup> Recorrido por las calles de la colonia Santa Anita, 11 de junio de 1997.

de que debe tener contactos fuertes que la apoyan dentro del partido.

Lo anterior son motivos que han provocado que la mayoría de la gente que apoya al candidato esté en contra de ella".<sup>18</sup>

La situación descrita nos da ciertos elementos, del por que la gente que apoyaba al candidato a diputado federal nunca estuvo de acuerdo en que se llevaran a cabo las dos campañas juntas.

El segundo motivo se refería a que para ellos la candidata no era una persona solidaria con el candidato, debido a que nunca le brindó un apoyo incondicional con la gente que tenía a su cargo para que lo ayudaran y apoyaran en la repartición de su propaganda por el distrito.

La excusa de la candidata a diputada local, era que por qué iba a brindar a su gente al otro candidato si él contaba con los brigadistas del partido. Situación que no fue verdad ya que entre las funciones que desempeñaron los brigadas eran "de apoyar a los candidatos en su proselitismo por las colonias, así como de informar a la ciudadanía sobre las propuestas y el programa del PRD y concientizar a la gente sobre la importancia de que el PRI no consiguiera el 42% de las votaciones".<sup>19</sup>

Ante estas anomalías que se presentaron al candidato dentro y fuera del comité con la candidata, éste llevo a cabo su campaña de una

---

<sup>18</sup> Formas estatutarias de elección de candidatos, 20 de mayo de 1997.

<sup>19</sup> Barragán Alba, Gerardo, "Seminario de información y análisis, PRD: Una campaña profesional de 63000 brigadistas en acción casa por casa", en Proceso, México, núm. 1047, 1º de julio de 1997, p. 12

forma más individual, tratando lo menos que se pudiera de involucrarla en sus actividades proselitistas con el electorado. Estas actividades fueron llevadas a cabo por medio de recorridos o visitas domiciliarias por el distrito cuya finalidad era la posible imagen que podía provocar ante su posible electorado si veían al candidato por las calles preocupándose por las carencias y problemas que los vecinos pudieran tener en su entorno inmediato.

A continuación haré una descripción más profunda de cómo llevó a cabo su campaña el candidato por el distrito; es decir, cómo la organizó y la desarrolló. Pero más que una descripción de sus actividades, pretendo darle al lector las conductas más comunes del candidato y de la gente cuando estaban de cara a cara.

### **2.1.3 Un día en campaña con el candidato.**

Uno de los objetivos de la campaña del candidato, fue buscar un contacto más directo con la población, con la idea de que lo conocieran y a la vez se entablara una relación más personal que le permitiera crear confianza y seguridad a los posibles votantes.

Este tipo de relación se buscó en dos sentidos:

Recorridos por las distintas secciones que conforman el distrito electoral y reuniones domiciliarias en puntos determinados. El candidato no utilizó los eventos grandes como festivales o verbenas, porque consideraba que este tipo de eventos sólo le ocasionaban gastos innecesarios, ya que más allá de que la gente se interesara en las propuestas del candidato, sólo iba a ver qué obtenía (un presente),

cosa que no les podía dar por el poco presupuesto que tenía para la realización de su campaña.<sup>20</sup>

### **2.1.3.1. Recorridos por el distrito electoral.**

Antes de que dieran inicio los recorridos (visitas casa por casa) por el distrito, el candidato reunía a su gente en el comité de campaña con la finalidad de que se pusieran de acuerdo de cómo iban a llevar a cabo los recorridos por las secciones que correspondían a ese día. Por lo regular, se llegaba al acuerdo de que el grupo que acompañaría al candidato se dividiera en dos, con la intención de que se abarcaran las secciones con más rapidez.

Es importante resaltar que el grupo que apoyó al candidato en su proselitismo estaba conformado de 5 ó 6 personas, de los cuales unos eran familiares del candidato, así como simpatizantes o militantes del partido que vivían dentro del distrito,<sup>21</sup> militantes o simpatizantes que no conocían con exactitud todas las secciones que comprendían el distrito, situación que no favoreció al candidato en su campaña ya que no le pudieron brindar una posible agenda de simpatizantes que le hubiera facilitado el trabajo por el distrito.

Por otra parte, fue común que los recorridos fijados no se culminaran por completo por dos causas:

---

<sup>20</sup> Presupuesto que ascendía a los \$95.000 pesos, mismos que el partido le había dado en tres porciones; la primera, de \$50.000 pesos; una segunda de \$30.000 pesos y por último de \$15.000 pesos de los cuales todavía le debían \$3.000 pesos. Es importante mencionar que el presupuesto que el partido otorgó a los candidatos a diputados locales fue mayor ya que ascendía a \$113.000 pesos. Gastos de campaña de los candidatos a diputados federales, 20 de mayo de 1997.

<sup>21</sup> De los cinco o seis que ayudaban al candidato, dos se dedicaban a pegar o pintar la propaganda del candidato y del partido y, los demás para apoyarlo con la repartición de propaganda por el distrito.

1. La falta de infraestructura humana en la campaña, éste fue un problema para la culminación de los recorridos por las secciones, debido a que la cobertura era tan amplia que era imposible cubrirla en su totalidad, vale la pena mencionar que la candidata a diputada local realizaba sus jornadas con más de 50 personas, hecho que da una idea del desequilibrio de recursos humanos de los que careció el candidato para el desempeño de su campaña.

2. La falta de infraestructura material fue otro obstáculo, la gente que acompañaba al candidato más de una vez tuvo que irse a las colonias por donde se iba a realizar el proselitismo en camiones o en peseros ya que no se contaba con mucho transporte para llevarlos, esto hizo que muchas veces se tuviera menos gente en la ayuda de la campaña del candidato. En términos generales, estos problemas hicieron que la campaña del candidato se tornara lenta.

Ya en los recorridos, si bien es cierto que uno de los aspectos centrales del candidato fue ir a buscar a la ciudadanía a sus hogares con la intención de que la gente visitada lo conociera y se entablara una relación más personal que le permitiera crear un ambiente de seguridad con sus posibles votantes. No fue el único aspecto trascendental del candidato, sino que, ya estando de cara a cara con la población, él intentaba que ésta quedara completamente convencida de que su partido y él, eran la mejor alternativa para ese cambio que tanto anhelaba la población haciendo hincapié, que ni él ni su partido serían como esos falsos profetas de otros partidos, refiriéndose a los candidatos del PAN y PRI, que lo único que buscaban de las campañas

era robar el voto a costa de promesas que no cumplirían, así como el de valerse del chantaje de dar algún presente.

Es importante mencionar que si no recurrió mucho al famoso chantaje de dar algún regalo o prometer la resolución inmediata de algunos problemas que la misma gente le solicitara, fue debido a que su forma de negociar el voto fue más a largo plazo que a corto.<sup>22</sup>

Sin embargo, sí recurrió a meter un cierto miedo a la ciudadanía de que si votaban por otro partido que no ofreciera un cambio a los problemas que se presentaban en la comunidad todo iba a seguir igual o peor, por lo que les hacía ver la necesidad que había en el país de un cambio a la democracia y un gobierno para todos, proponiendo a su partido y sobre todo resaltando la figura del Ingeniero Cárdenas, como los únicos capaces de representar los intereses del pueblo.

Fue una constante del candidato decir a la población que de los tres candidatos postulados a la jefatura del gobierno, el más apto para resolver los problemas por los que pasaba la gente en la ciudad en cuanto a inseguridad, empleo, etc., era el Ingeniero Cárdenas, dejándoles en claro que esta realidad podía hacerse siempre y cuando su partido ganara las elecciones.

---

<sup>22</sup> Vale la pena mencionar, que aunque una de sus tácticas del candidato en campaña fue el no comprometerse en la resolución inmediata de gestiones que la propia ciudadanía le manifestaba, sí fue una táctica ocupada por otros candidatos tanto de partidos opositores, como del propio PRD. Un ejemplo de esto fue el candidato a diputado federal en el distrito 27 federal. Esto lo menciono porque fue común oír al candidato del distrito 14 federal, que los candidatos del PRD no obtenía votos a costa de prometer la resolución de peticiones. No con esto pretendo afirmar que esto haya sido un indicador para la obtención de votos por parte del candidato del PRD en el distrito 27 federal, sino como un ejemplo de que también hubo candidatos del PRD que recurrieron a la gestión dentro de sus campañas.

Cabe resaltar que este tipo de desacreditación por parte del candidato hacia los otros candidatos de oposición fue más notorio cuando la misma gente le daba la pauta para hablar mal de ellos.

Un ejemplo donde se percibió esta actitud, fue en uno de los recorridos por la calle de los Álamos:

Al pasar a saludar a los dueños de un pequeño negocio, el candidato tuvo la fortuna de que uno de ellos le hiciera el comentario de que aunque él era panista de corazón no dejaba de lamentarse por la forma de cómo estaba llevando a cabo la campaña su candidato a la gubernatura por el Distrito Federal, porque no estaba dando propuestas claras a la ciudadanía, sino todo lo contrario sólo se estaba dedicando a hablar mal de los otros candidatos, diciendo cosas como "vieja de vecindad".

Ante estos comentarios hechos por la propia ciudadanía, el candidato se valía para desacreditar aún más al partido y a su candidato, diciendo "nosotros no somos un partido que ataque a sus contrincantes en campaña, somos un partido que lo único que busca es el bienestar de la población. Por ejemplo, entre nuestras propuestas está impulsar aún más a la pequeña y mediana empresa, ya que son los principales generadores de empleos, no somos un partido que quiera el bienestar de unos cuantos como es el caso del PRI y PAN que sólo quieren generar y apoyar al gran capital. Por lo que lo invito a que lea nuestras propuestas, no se

deje ir sólo por corazonadas sino por un cambio en todos los ámbitos”.<sup>23</sup>

La actitud que el candidato tomó ante este tipo de electorado fue una constante en todos sus eventos por el distrito tratando por estos medios de ganar la simpatía de los que tenían duda sobre su preferencia.

Ahora bien, aunque la actitud que tomó el candidato en sus recorridos fue la de convencer a la mayor cantidad de ciudadanos de que ellos eran los más aptos para llevar a cabo un cambio en la ciudad; hubo algunos casos, en donde tuvo que improvisar otro tipo de discurso, sobre todo cuando se le cuestionaba algunas prácticas que el propio partido ocupaba para la obtención de votos, un ejemplo sobre esto fue:

Al llegar a una carnicería y antes de que el candidato diera su propaganda y establecer una plática sobre las bondades de su partido, el señor que despachaba la carne se le adelantó diciéndole. “Yo soy perredista, pero no dejo de admirarme por lo que salió en un artículo en el periódico esta mañana donde señalan al PRD como un partido que quería valerse del clientelismo para obtener votos el día de las elecciones”.

Se refería a que el partido estaba prometiendo casas a la gente para que votaran por ellos.

El señor con cierta molestia dijo “del PRI si se puede esperar, pero que ustedes quienes dicen que van por el cambio, estén llevando a cabo la misma escuela del PRI no se vale”. El

---

<sup>23</sup> Recorrido por la calle Álamos, 26 de junio de 1997.

candidato respondió sonrojado: "no se deje impresionar con este tipo de publicidad amarillista que el mismo partido oficial hace en nuestra contra, la finalidad de esos artículos es que ustedes duden de la transparencia del partido.

Sin ir tan lejos en los mismos recorridos nos hemos encontrado con propaganda que por los colores se podría decir que son del PRD, pero ya en su contenido es un ataque en contra de nosotros.

Este tipo de tácticas son hechas por el PRI, porque siente que lo estamos derrocando debido a que en las últimas encuestas realizadas por empresas nos dan por favoritos, por eso tienen miedo que ustedes nos den su voto".<sup>24</sup>

La situación descrita nos puede dar ciertos matices para ver que la actitud que tomó el candidato ante las calumnias que se le presentaron en su campaña con la gente fue en tratar de salir favorecido; es decir, ocupó las calumnias como un recurso para reforzar a un más la simpatía del electorado, tratando de que los vieran como a víctimas de tales acusaciones.

Ahora, en cuanto a las actitudes más comunes de la gente ante el candidato fueron:

1. Los "simpatizantes". En este grupo fue común que las personas no le hicieran ninguna observación o comentario al candidato sobre las propuestas tanto del partido como las de él, sino que su actitud fue brindarle apoyo incondicional diciéndole: "ojalá ustedes sí puedan dar

---

<sup>24</sup> Recorrido por la colonia Nativitas, 28 de mayo de 1997.

el cambio”, “ya es hora de que se dé un verdadero cambio, porque estamos hartos de las promesas incumplidas del partido oficial” o “ya es hora de que salga el sol”.

Cabe resaltar que más allá de una simpatía hacia el partido y hacia los mismos candidatos a diputados federales y locales, se pudo percibir que la simpatía del electorado era más bien hacia la figura de Cárdenas, como posible protector de los intereses del pueblo, por encima de los propios candidatos locales y federales.

Actitud que parece indicar que se debía al recuerdo que tenían sobre la figura de su padre, el expresidente Lázaro Cárdenas, tratándolo de comparar: “de tal palo, tal astilla” o “hijo de tigre, pintito”.

Un ejemplo claro de esta situación se le presentó al candidato con una pareja de ancianos ya que al acercarse a ellos para darles su propaganda manifestaron:

Nosotros somos admiradores del ingeniero Cárdenas, porque es hijo del mejor presidente que ha tenido México, por eso no nos dé la propaganda, ya que nosotros y nuestros hijos votaremos por el PRD, mejor repártala a la gente que está indecisa.

Por nosotros ni se preocupe, vamos a rezar para que gane Cárdenas para que cambie las injusticias hechas por el gobierno actual, sobre todo para que haga algo con las pensiones de los jubilados (refiriéndose a ellos).<sup>25</sup>

Esta actitud vista por los ancianos ante la figura de Cárdenas nos puede dar la idea que la población más allá de votar por las

---

<sup>25</sup> Recorrido por la colonia Nativitas, 28 de mayo de 1997.

propuestas de un partido, deja su voto y confianza en una persona, a la cual tratan de asemejarla al recuerdo de una figura como lo fue su padre que hizo mucho por ellos; es decir, al recuerdo de un Estado Paternalista. Actitud que fue una constante en todos los simpatizantes. Habría que mencionar que cuando el candidato tuvo un apoyo incondicional de la gente visitada no perdió momento para invitarlos a que participaran como representantes de casilla el día de las elecciones haciéndoles hincapié de que si querían que se diera ese cambio, lo apoyara a defender los votos para que no se volviera a repetir un fraude como en el 88.

2. Otra de las actitudes vistas en la gente fue la de los "indecisos". En estos casos la desconfianza y el miedo se derivaban por quién votar, llegando a decirle al candidato " si voto por usted y me sale igual o peor que el PRI" o "sólo vienen cuando necesitan de nuestro voto". Esta actitud vista en algunos ciudadanos fue una constante entre quienes estaban indecisos ya que tenían cierto miedo y desconfianza al votar por un candidato o partido que en términos prácticos nunca había gobernado; es decir, temían que si le daban su voto, ya arriba, se olvidaría de ellos;<sup>26</sup> porque les podía pasar lo que les pasó a los del PRI, que ya teniendo poder se olvidan de la población.

Algo para comentar por la experiencia que viví como uno más de los repartidores de propaganda del candidato en sus recorridos, fue que así como tuvo una importancia relevante el hecho mismo de que el candidato visitara a la gente en sus casas, también se notó que

---

<sup>26</sup> Para mayor información consulte el artículo del Dr. Héctor, Tejera Gaona, "No se olvide de nosotros cuando esté arriba", Este País, México, febrero de 1998, p. 34.

cuando no salía a los recorridos, la respuesta de la gente no era la misma; sobre todo, con las personas que reflejaban un sentimiento de inseguridad hacia el partido:

Al tocar una más de las puertas de la colonia por donde se estaba realizando proselitismo para el partido, una señora salió a mi llamado, le dije que éramos del partido revolucionario democrático (PRD), que si le podía dejar unos trípticos para que ella y su familia leyeran las propuestas que ofrecía el partido.

Sin hacer otro comentario, la señora me dijo, "déjamelos pero no te aseguro que los leamos porque todos prometen maravillas en campaña, y luego de que consiguen nuestro voto se olvidan de uno".

Al oír sus comentarios, traté de persuadirla diciéndole que no todos los candidatos eran así, le puse como ejemplo al candidato del PRD, diciéndole que él no sería como los demás candidatos que se olvidan de la ciudadanía, ya que estaba haciendo recorridos por las calles del distrito con la finalidad de que personas como ella le expusiera dudas o problemas que tuvieran que ver con su entorno. Antes de que terminara me interrumpió diciendo: "¿dónde está tu candidato que no lo veo?"

Le explique, que en ese momento estaba con otros vecinos, (cosa que no era verdad, porque no había salido al recorrido por algunos problemas personales que había tenido), pero que si gustaba podía venir a verla, la señora, muy segura me contesto: yo no creo que tu candidato se tome la molestia de venir a saludarme y mucho menos que le importe lo

que yo le diga, te agradezco la propaganda pero no me vengas con cuentos”.

Terminada la plática sentí coraje por la poca credibilidad que la señora tuvo en mí, pero comprendí que la gente está tan decepcionada de los partidos que ya no creen en ninguno.

Al poco rato el candidato se incorporó al recorrido. Le comenté sobre mi experiencia, y dijo: “vamos a verla, me interesa que la gente no se quede con esa idea de que somos como los del PRI.” Al llegar a la casa de la señora, tuvimos la fortuna de que se encontraba en su hogar, al ver que sí cumplí con lo que le había dicho nos pidió una disculpa por no haber creído, ante la actitud de la señora el candidato trató de sacar ventaja diciéndole: “sabemos de antemano que ustedes ya no creen en nadie, pero espero que ahora sí crean en alguien, nosotros somos el único partido que se interesa en las preocupaciones y dificultades de sus habitantes por eso la invito a que tome conciencia y vote por nosotros”.<sup>27</sup>

Al salir de ahí el candidato en voz alta nos comentó: “es importante ganar estos adeptos porque pueden ser la diferencia el día de las votaciones”.

3. Otro tipo de actitud por parte de la gente en los recorridos fue el de los “agresivos”. La molestia derivaba ante el candidato por el simple hecho de que no les daban algún presente, manifestando su desagrado por no haber obtenido nada, diciendo en voz alta, con la intención de que el candidato o alguno de su comitiva oyera “vámonos éstos no dan nada para que uno vote por ellos” o “simplemente no traen nada para

---

<sup>27</sup> Recorrido por el barrio de Santa Cruz, 24 de mayo de 1997.

que nos acordemos de ellos el día de votar". Esta actitud vista por parte de la gente nos hace pensar, que cuando la gente no obtiene un beneficio del partido o candidato, pierde las bondades hacia ellos, como si un regalo fuera un indicador para que la gente vote o no vote.

4. Por otro lado hubo casos que con tal de obtener un beneficio se ponían a hablar bien del partido que en ese momento se encontraba, me refiero a de los "oportunistas", ejemplo de esto fue una señora que se acercó al candidato para pedirle una gorra, al ver que no le hizo caso a su petición en voz alta dijo "qué razón tiene Cuauhtémoc, Salinas era un ratero", acto seguido, volvió a insistir en su gorra, a lo que el candidato dijo: "espere un momento, parece que si hay gorras". Este ejemplo nos da como resultado dos cosas; por una parte, que la gente con tal de conseguir un beneficio por poco que sea se vuelve un tanto convenenciera con el partido o candidato; por otra, el propio candidato al ver ciertas actitudes de favorecimiento hacia él cambia la actitud hacia el electorado sintiéndose ya sea mucho o poco comprometido para dar un presente cayendo en el propio juego de la ciudadanía.

5. Otra actitud encontrada en la población fue la de "los apolíticos", quienes se mostraban ante el candidato como personas desinteresadas en todo lo que concernía con el gobierno y con los partidos. Sobre todo con estos últimos, ya que para ellos eran los causantes de la pobreza del país. Incluso, hubo algunas personas que describieron a cada uno de los candidatos a la jefatura de gobierno con base en las actitudes desempeñadas en campaña. De Castillo decían que era una persona que sólo estaba haciendo el ridículo, ya que en vez de que diera

propuestas claras a la población, sólo se estaba dedicando criticar a los otros dos candidatos, comparándolo a una “vieja de lavadero”. De Cárdenas decían que era un exprísta dolido porque nunca había conseguido un hueso grande en el PRI, por lo que se había ido a refugiar al “perderé” para conseguir el hueso que tanto anhelaba. Y por último, sobre Del Mazo decían que era un títere del propio sistema.

6. Por último los electores de “oposición”, aunque no fue muy numeroso esta actitud de la gente hacia el candidato, sí hubo casos donde no denotaban interés por el partido, esta actitud se reflejó más con ciudadanos que vivían en las colonias que colindaban con el distrito local 21, por ejemplo:

En la colonia Independiente durante uno de los recorridos, una señora le manifestó al candidato que ella era panista de hueso colorado y que no iba a cambiar su preferencia.

A pesar de que la mujer ya tenía su preferencia, el candidato insistió en dejar su propaganda para que viera las propuestas de uno y otro partido para que hiciera comparaciones, la señora le contestó: “el pueblo no quiere propuestas sino hechos ya estamos hartos de puras promesas”, el candidato estuvo de acuerdo con ella y agregó “por eso la invito a que lea nuestras propuestas y usted misma vea que somos el único partido que quiere ese cambio no con propuestas sino con hechos”, antes de que terminara con su oración la señora le dijo

molesta "mire, así como yo respeto a su partido usted respete mi decisión".<sup>28</sup>

Haciendo un recuento general de la actitud del candidato y de la ciudadanía durante los recorridos, se puede decir que los dos utilizaron en diferente proporción los instrumentos que tuvieron a su alcance para tratar de salir beneficiados; por un lado, el candidato trató de infundir una confianza a su posible electorado de que él y su partido eran la mejor alternativa para que se diera un cambio en el país en todos los ámbitos.

Como ya lo mencioné, aunque no recurrió mucho en los obsequios y a la gestión para tratar de ganar la simpatía del pueblo, sí recurrió a intimidar a la población de que si querían un verdadero cambio tenían que votar por ellos el día de las elecciones.

Por su parte, las personas no dejaron de aprovechar cualquier oportunidad que se les presentó ante el candidato para también tratar de salir beneficiados ya fuera con un presente, o la resolución de algún problema a cambio de su voto, o el solo hecho, como fue en este caso, de que se les diera una esperanza de bienestar en un tiempo no muy lejano.

Esta actitud de la ciudadanía parece indicar que más allá de que las personas trataran de informarse primero si las propuestas tanto del partido como las del candidato eran buenas o malas, para ellos, lo único que les interesaba en el momento era salir favorecidos.

---

<sup>28</sup> Recorrido por la colonia Independencia, 13 de junio de 1997.

Este tipo de comportamiento visto por la gente fue un reflejo constante en la campaña del candidato, en donde se vio que ya fuera en una actitud de simpatía o de cierta indiferencia hacia el partido, no dejaron de resaltar cierto interés particular.

Finalmente, esto parece indicar que la campaña del candidato del PRD, fue vista por los dos bandos como un espacio único y privilegiado donde se podía interactuar una cierta negociación. Actitud que no sólo fue una constante en sus recorridos sino, como lo veremos más adelante, también en las reuniones que llevó a cabo por el distrito.

### **2.1.3.2 Reuniones vecinales.**

Esta fue otra de las actividades realizadas por el candidato por el distrito. El objetivo de hacer estas acciones fue con la intención de que en un menor tiempo posible se expusiera a un mayor número de electores su plan de trabajo, así como de que la gente reunida conociera y conviviera con el candidato expresándole sus dudas, comentarios o le expusieran los problemas que afectaban su calle o colonia.

Es importante resaltar que este tipo de actividades realizadas por el candidato fueron más dirigidas hacia colonias aledañas al distrito 21 local debido a los problemas que se le presentaron en los recorridos. Dichos problemas fueron los obstáculos que se le presentaron para dejar su propaganda con el electorado, ya que la mayoría de los visitados no se encontraban en sus hogares porque se iban a trabajar o porque el acceso a los edificios multifamiliares representó un obstáculo para que el candidato tuviera un acercamiento con dicha población.

Es pertinente aclarar que aunque este tipo de eventos cobró más interés para el candidato en las colonias del distrito 21 local por los problemas antes mencionados, no dejaron de cobrar cierta importancia también para el candidato en el distrito 14 federal, cuando se le solicitaban.

Sin embargo, a pesar de los esfuerzos realizados por el candidato y de los militantes en cuanto a tratar de generar una mayor participación de la ciudadanía hacia estos eventos, se pudo observar que no cobraron las expectativas esperadas por ellos debido a la poca participación de la gente (fue común ver en estas reuniones una asistencia máxima de 15 a 20 personas.).

Un ejemplo en que se observó este fenómeno fue en una reunión vecinal en la colonia Miravalle:

La reunión estaba programada para que diera inicio a las 6:30 PM, pero debido a la poca asistencia de invitados, 15 personas, se pospuso unos minutos ya que se esperaba un cupo de 50 personas. Durante la espera, el candidato a diputado federal realizó un pequeño paréntesis para que los invitados no se desesperaran agradeciéndoles por su asistencia.

A pesar de que se pospuso el evento para que llegaran más vecinos, éstos jamás llegaron, por lo que se tuvo que empezar la reunión por respeto a los presentes.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Reunión vecinal en la colonia Miravalle, 30 de mayo de 1997.

La situación descrita parece indicar que la respuesta del electorado a estos eventos no se debió a la poca o mucha labor de convencimiento de las brigadas del partido para invitar al electorado, sino que esto se debió a la apatía que la misma gente presentó hacia este tipo de convocatorias.

Cabe resaltar que una diferencia notable en la "participación de la ciudadanía" con respecto a los recorridos y las reuniones fue que en las primeras, el candidato era quien iba a buscar a la gente a sus hogares y de alguna manera era recibido con agrado o no por el electorado e incluso cuando fuese un momento.

En cambio, en las reuniones el que debía acudir a un lugar determinado era el ciudadano para oír a una persona que ni conocía y posiblemente no era de su agrado empleando un mayor tiempo.

Es importante mencionar que esa poca afluencia de la población ante las reuniones vecinales no sólo fue un problema visto con el candidato del PRD, sino, como veremos más adelante, también fue una constante en las reuniones hechas por los otros candidatos de los otros partidos PRI y PAN.

Ahora bien, así como el candidato se enfrentó a la indiferencia de la gente para asistir a tales eventos, también tuvo que enfrentarse, como en los recorridos, a la indiferencia que provocaron para los presentes las propuestas del candidato. Se esperaba la culminación del evento o una pausa del mismo para pedirle algo, ya fuera la resolución a problemas personales, o el de salir beneficiado con un presente; es decir, la obtención de un regalito. Un ejemplo de esto se vivió en la reunión ya mencionada:

Ya en la reunión, el candidato a diputado federal, dio inicio a su intervención, y por lo regular siempre trató de utilizar el diálogo que creía que le podía generar más simpatizantes.

Caracterizándose principalmente por decirle a los presentes que tanto él como su partido querían un cambio en la vida democrática de la ciudadanía, un cambio donde se viera con hechos no con promesas como venían haciendo los otros partidos, que sólo prometían para conseguir el voto del pueblo, y que una vez que habían conseguido el propósito se olvidaban de todas las promesas que habían hecho en sus campañas, por lo que los invitaba a que votaran por un partido que cumpliera con sus expectativas, diciéndoles: "voten por nosotros ya que somos el único partido que sí quiere un cambio para un bien hacia ustedes".

Durante la intervención del candidato, se pudo observar que la gente reunida sólo estaba esperando la culminación de lo que el candidato decía para pedirle algo, ya fuera la resolución de un problema o el pedir algún presente, gorras, playeras etc. Situación que se pudo comprobar por los comentarios que se hacían entre ellos mismos, por ejemplo una señora le dijo a otra: "¿le vas a pedir que nos resuelva lo de las escrituras?".<sup>30</sup>

Aunque no era un objetivo compensable, el candidato quería que el electorado presente quedara plenamente convencido de lo que podía generar una vez en el poder para el bienestar de los mismos. Es importante mencionar la poca importancia que adquirió para los presentes el discurso empleado por el candidato, ya que sólo

---

<sup>30</sup> Ibidem, 30 de mayo de 1997.

esperaban la culminación del evento o la pauta del mismo para pedirle algo, sobre todo un presente o la resolución de algún problema.

Ante estos hechos el candidato más de una vez tuvo que adaptarse a lo que la población le pedía, dejando en un segundo plano el propio plan de trabajo intentando generar la simpatía por otras vías; es decir, comprometiéndose a la resolución de las peticiones que los mismos le hacían. No por eso dejó de comprometer a los mismos con su voto, diciéndoles que en campaña no podía resolver nada, pero que si le daban su voto al partido, y sobre todo a él, haría todo lo posible para que se resolvieran todas sus peticiones pero siempre y cuando ganara. El candidato se comprometía a abrir oficinas públicas de atención gratuita con abogados, gestores y una persona capacitada para colaborar en la solución de los principales problemas. Estrategia que al parecer sí le dio resultados, ya que como se pudo observar, la gente quedaba complacida expresándole su apoyo sólo por el hecho mismo de verlo como el protector de sus intereses en un futuro no muy lejano.

## **2.2. CAMPAÑA DEL CANDIDATO DEL PARTIDO ACCION NACIONAL (PAN.)**

### **2.2.1. Antecedentes del candidato.**

El candidato que representó al partido en el distrito 14 federal, nació en la Ciudad de México y es descendiente de una familia árabe.

En lo académico, cursó y terminó la Licenciatura de Sociología, en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM); por otra parte,

tiene algunos diplomados en desarrollo regional y análisis político, como estudios legislativos de la cámara de diputados.

Es vecino del mencionado distrito y se ha desempeñado como miembro de la asociación de residentes de su colonia.

Con tan sólo dos años de haberse integrado a las filas del partido, el candidato obtuvo su postulado en medio de una asamblea democrática, en donde salió triunfante de otros militantes que aspiraban también a la candidatura.

Como empresario, la mayor parte del tiempo la dedica en administrar tres tiendas de muebles, negocio que fundó su padre.<sup>31</sup>

### **2.2.2. Organización y desarrollo de la campaña del candidato del PAN.**

Como ya se mencionó en páginas anteriores, debido a que el candidato no contó con una estructura territorial tan amplia como la del PRI, con base en redes sociales que le pudieran facilitar la labor ante la ciudadanía, basó su campaña en dos aspectos:

Primero ganar adeptos en secciones donde en elecciones pasadas el partido perdió por una diferencia de 100 a 200 votos, esta táctica utilizada por el partido como por el candidato tuvo la intención de que éste intensificara más su campaña en secciones donde persistiera la duda hacia ellos y así ganar posibles votos a su favor.

Segundo, en las secciones donde contaba con el voto duro, realizó la campaña manteniendo esa preferencia o simpatía del electorado hacia

---

<sup>31</sup> Información obtenida de los trípticos que repartía el partido a la ciudadanía del distrito

su partido por medio de la ayuda de sus famosos promotores del voto mejor conocidos como el PBO (Plan Básico Operativo.)

La finalidad que tenía el PBO, era preservar el voto en las zonas panistas; sin embargo, esta actividad no fue la única que desempeñó el grupo, sino también la de realizar recorridos por todas las secciones del distrito con la encomia de ir clasificando a la población de acuerdo a la actitud que tomaba hacia el partido; es decir, ir seleccionando al electorado en simpatizantes, indecisos y a los de oposición.

Con los simpatizantes fue común, por parte de los promotores del voto, que no se les diera ninguna información del partido y del candidato, ya que por el simple hecho de que decían que eran simpatizantes, sólo se les hacía la invitación de que apoyaran al candidato el día de las elecciones como representantes del partido en las casillas y se procedía a tomar sus datos.

Con los indecisos, la idea del candidato fue que los promotores del voto escucharan a este tipo de gente para saber en qué estaban en desacuerdo con el partido y, posteriormente trataran de convencerlos para que votaran por él. La orden no fue realizada por ellos ya que sólo se dedicaron a dejar la propaganda y dar algún presente, como saleros con el logotipo del partido, sin pretender convencer o escuchar los puntos de vista de la ciudadanía.<sup>32</sup>

En los casos de oposición, los promotores simplemente no perdían el tiempo ya que de antemano las personas visitadas ya tenían su

---

<sup>32</sup> Recorrido por el barrio de los Reyes Iztacalco, 26 de junio de 1997.

preferencia por otro partido, por lo que sólo se limitaban a dar las gracias y retirarse sin pretender convencer.

Estas actividades realizadas por los promotores se efectuaron con la idea de que el candidato supiera las preferencias de la ciudadanía hacia el partido, y así poder intensificar con mayor rigor los recorridos (visitas domiciliarias), por donde la preferencia del electorado estuviera en duda.

Cabe mencionar que aunque la idea principal del candidato estuvo encausada a realizar recorridos por donde la indiferencia de la ciudadanía estuviera en contra del partido, no dejó de ocupar otros medios que otros candidatos de oposición o del mismo partido estaban utilizando; es decir, recurrió a las reuniones domiciliarias y a los eventos (festivales o cierres de campaña), con la idea de presentar sus propuestas a un mayor número de votantes.

#### **2.2.2.1. Recorridos por el distrito electoral.**

El objetivo principal del candidato en los recorridos fue convencer a la ciudadanía de que su partido era la mejor opción para que se generara un cambio en nuestra sociedad. Hecho que llevó acabo por la gran labor que realizó por el distrito tratando de convencer a la ciudadanía por todos los medios a su alcance de que su partido era la mejor opción, utilizando la palabra "convencimiento" para tratar de describir su forma de trabajo, y en la que podía ocupar buena parte de su tiempo platicando con una sola persona, siempre y cuando él creyera que la había convencido para su causa. Ante la ciudadanía, su diálogo estaba planteado en los siguientes términos:

“Soy egresado de la facultad de Sociología de la UNAM, soy un ciudadano preocupado e indignado por los abusos del gobierno al pueblo, por ello mi decisión de integrarme hace dos años al PAN y convertirme así en candidato a diputado federal, en que me comprometí a tocar puerta por puerta para conocer el sentir de la ciudadanía, conociendo sus necesidades e inquietudes, para que juntos busquemos esa solución a los problemas que aquejan a nuestra ciudad”.<sup>33</sup>

Esta actitud que tomó el candidato ante el electorado fue una característica en su campaña, ya que para él, convencer aunque fuera a una sola persona le aseguraba un voto más a su favor.

No obstante, aunque en los recorridos (visitas domiciliarias), ocupó mucho la palabra “convencimiento” para formar su discurso y tratar de ganar adeptos, éste no fue el único medio por el cual trató de convencer al electorado, sino también que se valió de otros medios para ganar simpatizantes. Fue común en este tipo de eventos que el candidato se mostrara ante el electorado como alguien que en verdad se preocupaba y se interesaba por los diversos problemas que tenía la población; sobre todo, la de su distrito, diciéndoles que él resolvería sus problemas, dejándoles en claro que todo lo que estuviera a su alcance lo resolvería sin ningún interés particular como los otros candidatos, refiriéndose a sus contrincantes que sólo dan algo para ganarse el voto de la ciudadanía, afirmando: “prefiero perder por no prometer cosas imposibles, que ganar con el chantaje”.

---

<sup>33</sup> Forma de presentación realizada por el aspirante a diputado federal del PAN ante la ciudadanía, colonia Portales, 9 de mayo de 1997.

Pero a pesar de criticar a otros candidatos por utilizar tácticas para chantajear y ganar votos, él mismo no dejó de hacerlo, por ejemplo:

1) Los regalos, fue común en él dejar a un lado sus propuestas y dar algún presente, sobre todo en zonas donde se notaba más la pobreza (vecindades) ya que para él era más fácil sobornar y comprometer a este tipo de gente que en zonas donde la pobreza no era tan vistosa<sup>34</sup> (sobre todo con la ciudadanía del distrito 21 local.). Aunque vale la pena mencionar que los regalos más vistosos eran reservados por el candidato para los festivales que organizaba en días especiales como 10 de mayo etc. que festejaba rifando antecomedores y salas.

2) Ofrecía la solución de problemas a quien se lo pedía con la intención de que la gente simpatizara con él y lo reflejara con el favorecimiento de su voto el día de las elecciones.

3) La utilización de frases no ortodoxas para provocar miedo en la gente si votaba por otro partido; por ejemplo, decía "si no vota por nosotros prepárese a la siguiente devaluación".

4) La importancia que adquirió para el candidato vivir dentro del mismo distrito tratando de convencer a la ciudadanía de que ningún otro candidato fuera del partido que fuera por el simple hecho de no vivir dentro del distrito, no tenía la facultad para llevar bien su trabajo porque no conocía la problemática de la gente local. Con esto dejaba en claro que por el hecho mismo de ser nativo del distrito, tenía el derecho de pedir a la gente que votara por él, porque sabía de los problemas que existían dentro del mismo.

---

<sup>34</sup> Comité distrital del PAN, otras funciones del candidato, 12 de mayo de 1997.

5) De la misma manera, también trató en todo momento de resaltar las ventajas que se tenían si se votaba por el partido; es decir, en su discurso dejaba ver la importancia que era el votar por ellos, ponía como ejemplo a los gobernantes del PAN, que en ese momento estaban gobernando algún estado del país.

Por medio de este discurso el candidato trató de transmitir a la ciudadanía la idea de que todos los miembros de su partido eran capaces de gobernar. Aunque cabe resaltar que así como trató de impresionar a los presentes por la capacidad que tenían todos los integrantes de su partido para gobernar, tampoco hizo el mínimo esfuerzo por proponer algo claro para su distrito.

Un ejemplo claro de esa falta de interés del candidato para proponer algo claro para la ciudadanía de su distrito fue, se encuentra en el mismo contexto de los trípticos de su campaña:

Ante la falta de volantes, el candidato comenzó a redactar el texto que se imprimiría en los 20,000 nuevos trípticos que se repartirían a la ciudadanía por el distrito. Su idea fue poner lo que el PAN y sus integrantes estaban haciendo por la ciudadanía en los diferentes Estados de la República, así como poner algunas frases que podrían impresionar al electorado: "prefiero perder sin prometer, que ganar chantajeando", ya que para él, esto podría impresionar y motivar más a la gente, que el mismo hecho de aburrirlos con un texto sobre lo que el partido y él proponían.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Ibidem, 12 de mayo de 1997.

A pesar de este despliegue de tácticas y recursos utilizados por el candidato para convencer a su posible electorado, éste no logró que aquellos se interesaran más por lo que les decía, que por lo que en ese momento les pudiera dar. La gente no se interesó más por las propuestas que por sus ofrecimientos, ya fueran éstos un presente o la solución de algún problema a corto plazo.

Esta actitud vista por el electorado en los recorridos fue una constante en toda la campaña del candidato algunas veces como una actitud de simpatía y de apoyo al candidato cuando visitaba sus hogares, como una actitud de desinterés y desconfianza hacia el partido, las personas no perdían el momento para negociar su voto, y el de sus allegados con la idea de salir favorecidos de tal visita. Actitud que se pudo comprobar durante los recorridos, en donde se pudieron percibir las distintas formas de comportamiento del electorado ante el candidato, comportamiento que se clasifica en cuatro tipos.

La simpatía y el apoyo hacia el partido se reflejaban en frases como "ojalá gane su partido", "estamos con ustedes". Otro de los comportamientos vistos fue donde se notaba un cierto desinterés y desconfianza hacia el partido diciendo "sólo se acuerdan de nosotros cuando requieren de nuestro voto", con esto dejaban ver que no estaban interesados en las propuestas del partido. Otra fue la de los apolíticos o indiferentes expresando su enojo hacia todo el sistema político, considerando que era el culpable de la situación por la que pasaba el país, por lo que se abstenían a votar. Y por último, el de los indecisos, estos no sabían por quién votar, pero estaban conscientes

de que no iban a votar por el PRI, diciendo "voto por cualquiera menos por el PRI".

Pero más allá de la forma en que se comportó el electorado ante el candidato y expresarle, ya fuera su simpatía o desinterés por sus propuestas, no dejó de mostrar su propio interés en la obtención de un beneficio a corto plazo; sobre todo, con problemas que tenían que ver con su entorno inmediato. Actitudes que no sólo fueron observadas en los recorridos, sino, como nos daremos cuenta en los siguientes párrafos, también fue una constante en las reuniones o festivales que llevó a cabo el candidato por el distrito electoral.

#### **2.2.2.2. Reuniones vecinales.**

Esta fue otra de las actividades que se realizó por el distrito. Se caracterizó principalmente por manifestar a un mayor número de posibles votantes en un lugar determinado sus propuestas o, como fue el caso de éste, en generar una simpatía de los presentes por la vía de dar u otorgar la solución de algún problema con la finalidad de que los presentes votaran por él y el partido.

Sin embargo, como lo mencioné en páginas anteriores, esta actividad relanzada por el candidato como para los candidatos y por los candidatos de los otros partidos (PRI y PRD), no tuvo los resultados esperados, debido al poco poder de convocatoria que consiguieron para llevarlas a cabo.

Esta falta de interés que mostró la ciudadanía hizo que más de una vez los mismos militantes o gente que ayudó al candidato en su proselitismo se ofrecieran para que el candidato presentara sus propuestas a sus vecinos y amigos. Pero a pesar del interés visto por

la gente que ayudó al candidato para que se llevaran acabo estos eventos, no lograron que la gente se interesara, ya que como se pudo observar, sólo asistían familiares, conocidos y uno que otro vecino.

El poco interés por parte del electorado en asistir a estos actos políticos se vio claramente reflejado más de una vez en las reuniones que llevó a cabo el candidato por el distrito. Un ejemplo en que se dio este fenómeno fue en una de las reuniones de la colonia Viga:

La reunión fue programada a las 5:00 p.m., pero debido a la gran ausencia de personas se pospuso una hora, ya que en el lugar sólo se encontraba la dueña de la casa, su esposo, hermana del señor y dos vecinos. A pesar de que se pospuso el evento, para que llegaran más vecinos, éstos jamás acudieron, por lo que se tuvo que iniciar la reunión.<sup>36</sup>

Por otra parte, así como el candidato tuvo que enfrentar la indiferencia de la población a asistir a sus eventos, también se observó que cuando llegó a tener la presencia del electorado en las reuniones no fue para oír lo que el candidato les decía o les proponía sino que este interés estuvo vinculado hacia otros intereses, como fue pedir algún favor particular o simplemente obtener algún presente. Un ejemplo ilustrativo sobre esta situación se presentó en una de las reuniones:

Ya en la reunión y pese a la poca afluencia de invitados, el candidato o candidatas, (ya que hubo ocasiones en que el local y el federal asistían a la misma reunión invitados por la misma gente) iniciaban su discurso.

---

<sup>36</sup> Reunión vecinal en Calzada de la Viga, No. 999, 30 de mayo de 1997.

Por su parte, cuando el candidato federal daba inicio a su intervención, por lo regular utilizaba el mismo discurso que ocupaba en los recorridos, donde trataba de desacreditar más al PRI ante el electorado diciendo: que los diversos problemas por los que pasaba el país eran culpa del mal gobierno, refiriéndose al PRI, como el inicio de nuestra desgracia porque no había hecho nada para que nuestra sociedad madurara y mejorara sino que por el contrario, había generado un pueblo pobre y un gobierno rico. Por lo que el candidato pedía a la gente presente que le dieran su confianza con su voto, tanto a él como a su candidato a Jefe de Gobierno, agregando en sus comentarios que ellos no serían como los demás candidatos que sólo vienen a llevarse el voto y no vuelven, porque a diferencia de ellos, sí querían un cambio y sobre todo él, ya que era el único de los candidatos de ese distrito que sí vivía dentro del mismo y lo que dejara de hacer por ellos lo dejaba de hacer por él, aludiendo que él sí tendría la decisión de ayudar a la población.<sup>37</sup>

Con esto, el candidato trataba de generar a la gente confianza en él como en todos los miembros de su partido, sobre todo cuando hacía mención a su candidato a Jefe de Gobierno como el más capaz de los tres candidatos para llevar a cabo el cambio en el Distrito Federal.

Pero, debido al reclamo tan insistente que la misma la ciudadanía le hacía sobre su candidato a Jefe de Gobierno, por la mala campaña que estaba haciendo, comparándolo como una "vieja de vecindad", tuvo

---

<sup>37</sup> Reunión vecinal con los colonos de Portales, 18 de junio de 1997.

que separarse de él, diciendo “no voten por Castillo si no quieren, pero voten por mí”.

Debido a esto, más de una vez tuvo que desligar su campaña de la de su candidato a Jefe de Gobierno. Cabe mencionar que si la idea al principio de su campaña fue promocionar a Castillo en su distrito, en el transcurso de la campaña ya ni lo mencionaba debido a la mala reputación que aquel había adquirido con la población.

Por otra parte, aunque, la temática de las reuniones estuvo encausada a que la ciudadanía quedara convencida sobre lo que el partido y él podían hacer en el distrito, se notó una despreocupación del electorado que sólo esperaba la oportunidad o la culminación del evento para que el candidato le diera alguna solución a los problemas que afectaban su entorno inmediato como seguridad en sus calles, pavimentación, poda de árboles, etc.

Con esta actitud que tomaba de la gente hacia el candidato, se pudo ver que a fin de cuentas, ya fuera en recorridos (visitas domiciliarias), reuniones o, como se verá más adelante, con los festivales que realizó por el distrito, a la población no le interesó más allá de lo que en ese momento podía generar el candidato para su beneficio, ya fuera un presente o la solución de un problema.

De la misma manera el candidato tomó un papel de gestor ante la ciudadanía, tratando por este medio de generar la simpatía de posibles votantes potenciales, aun sabiendo que entre sus funciones no estaba resolver problemas que competían a otras autoridades.

### **2.2.2.3. Los festivales.**

Este fue otro medio del candidato para acercarse al electorado del distrito, el objetivo de estos estuvo encausado a que en un menor tiempo posible expusiera sus propuestas a un mayor número de electores. Pero a pesar de los intentos hechos por él y por sus organizadores, el resultado no fue el esperado. Ya que como se ha venido diciendo, la participación ciudadana no estuvo vinculada o interesada en las propuestas de los partidos.

Debido al desinterés que la población manifestó en los festivales, el candidato llevó a cabo este tipo de eventos por otras vías; es decir, tratando de despertar interés en la población por medio de algunos regalos vistosos para la misma. Un ejemplo ilustrativo de una situación como ésta se vivió en uno de los festivales realizados por el candidato:

Al llegar a una unidad habitacional ubicada en la colonia Santa Anita, delegación Iztacalco, el candidato se percató de una falta de interés de la ciudadanía en el evento, ya que sólo había una asistencia mínima de 15 ó 18 personas. A pesar de los esfuerzos hechos por el candidato y su personal en anunciar días anteriores y el mismo día por medio del perifoneo, éste tuvo que utilizar otros medios para que las personas se interesaran.

Mandó a su gente a que tocara las puertas de las casas de los vecinos con la encomia de avisar que en el evento se iba a realizar una rifa de una sala, a lo que agregó a los que estaban con él "ya verán cómo la gente baja por el interés de la sala, ahorita van a ver". Los pocos vecinos que se encontraban en el lugar al oír que se iba a realizar una rifa se apresuraron hacia donde estaba el candidato

para pedir un boleto, no obstante que en un principio la asistencia de la ciudadanía era mínima, y de que se aproximaba una lluvia que no fue impedimento para que la gente fuera llegando a ocupar uno de los lugares vacíos.

Ya en el festival, a pesar de los intentos de los organizadores para tratar de motivar a la gente presente y sobre todo a las madres dándoles una rosa como un presente debido a que al día siguiente era día de las madres y de que había música tropical para amenizar el rato, se vio que los presentes se empezaban a desesperar debido a la tardanza de la rifa. Dejaron en segundo término lo que el candidato les decía, y se escucharon algunas manifestaciones de descontento como rechiflas y gritos de "apúrense".<sup>38</sup>

La situación descrita nos da ciertos matices, para ver que la actitud tomada por la población ante los eventos que realizó el candidato, estuvo enfocada a la obtención de algún presente por mínimo que fuera (bolsas de mandado dulces y, la rifa de la sala) o, en manifestarle el arreglo de una demanda de bienes y servicios, esperando que el candidato ofreciera la solución a sus problemas.

Por otra parte, la actitud que tomaba el candidato en estos eventos fue que la gente lo viera como alguien que en verdad se preocupaba por los distintos problemas que aquejaban a la ciudadanía, tomando el papel de gestor, para asegurar por esta vía la simpatía del electorado presente, es decir, más que presentar un proyecto político durante su

---

<sup>38</sup> Unidad habitacional Fuentes de Santa Anita, 9 de mayo de 1997.

proselitismo por el distrito, trató de negociar el voto de los electores a costa de promesas y obsequios.

### **2.3. CAMPAÑA DEL CANDIDATO DEL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL (PRI.)**

#### **2.3.1. Antecedentes del candidato.**

El candidato que representó al partido en este distrito, nació en la Ciudad de México. En el ámbito académico cursó y terminó la licenciatura en Relaciones Industriales, en la Universidad del Valle de México (U.V.M.)

Dentro del partido, se ha caracterizado por grandes desempeños que ha logrado en su militancia, sobre todo en el año de 1994 cuando fue representante del partido como asambleísta para formular a candidatos a puestos políticos de elecciones, así como también coordinador de campañas políticas de los candidatos a representantes en la II Asamblea del D.F., en Iztacalco.

Por otra parte, dentro de la C.T.M. se ha desempeñado como Secretario de Asuntos Políticos, Económicos y Sociales de la Federación de Trabajadores del Distrito Federal; Secretario General de Trabajadores de la Industria Alimenticia, Similares y Conexos de la República Mexicana; Secretario General de Trabajadores de la Industria Dulcera, Harinas, Panificadora, Similares y Conexos del Distrito Federal; y antes de las elecciones desempeñó el cargo como representante de la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos.

Pero más allá de las funciones que ha desempeñado tanto en el partido como en la C.T.M. ha tratado en toda su vida política que la gente que ha tenido a su cargo lo vean como un amigo. Este lema es

el que ha querido reflejar ante la comunidad del distrito donde está como candidato, si existen problemas se resuelvan y si se promete que se cumpla lo que se diga.<sup>39</sup>

### **2.3.2. Organización y Desarrollo de la Campaña del Candidato del PRI.**

Es importante resaltar que, aunque la campaña del candidato a diputado federal por el PRI, se caracterizó desde su inicio por la gran estructura territorial para llevar a cabo su proselitismo por el distrito, (con base en el trabajo anterior de líderes en las coloniales o secciones, así como en el apoyo de militantes y promotores de voto en días de campaña), éste no fue un elemento suficiente para que su campaña se diferenciara de las otras, PAN y PRD en cuanto a organización y desarrollo de las mismas.

La falta de organización que se dio dentro y fuera del comité de campaña entre los candidatos local y federal, como del presidente del comité y coordinadores, provocaron en términos generales que se perdieran las bondades en cuanto al desarrollo de la campaña por el distrito, ya que hizo que se diera una ruptura entre el mismo grupo. Dos ejemplos que nos pueden sustentar lo antes mencionado, nos fueron comentados por la suplente del candidato a diputado federal y la presidenta de una sección que trabaja para el partido:

La división y los problemas que se están suscitando dentro del comité por parte de los candidatos, nos están afectando a nosotros, militantes y promotores del voto, ya que por

---

<sup>39</sup> Información obtenida de los trípticos que se repartía el partido a la ciudadanía del distrito

culpa de las diferencias entre ellos, se nota cierta división entre nosotros; por ejemplo, los promotores del voto ya no quieren entregar la propaganda de los dos candidatos, sino sólo de quien les paga.

Este tipo de circunstancias ha hecho que la poca o mucha labor que se había realizado en campaña, se vea limitada en cuanto a capacidad de cobertura por el distrito, debido a que se tiene que volver a pasar por la misma calle dos veces para entregar la otra propaganda del candidato que no se entregó.<sup>40</sup>

Por otra parte, también el trabajo realizado por algunos líderes que trabajaban para el partido, se vio perjudicado por esta falta de organización que se dio entre los candidatos, debido a que no se cumplieron algunas gestiones que los propios líderes habían prometido a sus vecinos:

En estas campañas he notado que si de por sí la ciudadanía ya no cree en nosotros como representantes del partido por la falta de resolución a sus demandas, ahora menos por los problemas que se están suscitando dentro del comité, ya que está afectando al trabajo realizado con nuestra gente; por ejemplo, prometí a un vecino una silla de ruedas con la intención de que se contara con esos votos, pero con esta falta de organización entre los candidatos, ya quedé mal y sobre todo el partido.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> Entrevista con la suplente del candidato a diputado federal, "conflictos dentro del PRI", 21 de junio de 1997.

<sup>41</sup> Entrevista con una jefa de sección que trabaja para el PRI, 16 de junio de 1997.

Aunque la finalidad de los líderes estuvo encausada a preservar el voto duro en las zonas priístas, dando u ofreciendo algo al electorado a cambio del voto. No fueron las únicas actividades que desempeñaron, sino también la de apoyar al candidato en todo acto proselitista por el distrito, sobre todo por las secciones donde contaban con cierto poder de convocatoria ante sus vecinos. Así como de llevar a gente (acarreados), a mítines, cierres de campaña y uno que otro evento que se realizara por el distrito.

En cuanto a los militantes y promotores del voto, su prioridad fue apoyar al candidato en la entrega de propaganda, como el repartir algún presente, camisetas, gorras, encendedores, bolsas de mandado etc.

Cabe mencionar al lector que el candidato quiso verse beneficiado por las redes que tenía por el distrito, en cuanto a que éstas brindaran facilidades para que pudiera penetrar en la población; por otra parte, las redes brindaron su apoyo al candidato para obtener algún beneficio, ya fuera de interés personal o material que tenía que ver con dinero, empleo, vivienda, etc.

Creo comprobar lo que dice Héctor Tejera: "las actividades proselitistas (...) estuvieron matizadas por los deseos y aspiraciones políticas de los militantes e integrantes de los comités, para quienes la contienda electoral es una oportunidad única o que se presenta cada

tres años, para adquirir mayor prestigio vecinal, lograr o validar cierto liderazgo o incluso ascender en la jerarquía partidaria”.<sup>42</sup>

Esto nos permite ver que la campaña es vista como un espacio de negociación de intereses personales donde las personas intentan de alguna forma salir beneficiadas a corto plazo.

Por otra parte, otro hecho de igual importancia que hizo que la campaña del candidato se tornara un tanto difícil ante la ciudadanía del distrito fue la poca credibilidad en ellos, en cuanto a la resolución de algunas gestiones hechas por algunos militantes y candidatos pasados, así como el de culparlos por la crisis económica por la que pasaba el país.

Otra circunstancia fue el hecho mismo de enfrentarse al reflejo que la propia ciudadanía le hacía al comparar su campaña con la campaña de su candidato a Jefe de Gobierno, “si las campañas de los candidatos a diputados locales y federales tuvieron éxito o fracaso no fue por el esfuerzo y pertenencia con que hayan sido realizadas, sino porque las arrastró la suerte de las campañas de los candidatos a la Jefatura de Gobierno”.<sup>43</sup> Situación que hizo que a menos de un mes de finalizar las campañas, el candidato recurriera a desligarse por completo de lo que pasara con la campaña del otro candidato, diciéndole a la población “no vote por él si no quieren, pero sí voten por mí”.

---

<sup>42</sup> Tejera Gaona, Héctor, “Encuentro de expectativas. Las campañas para diputados y la cultura política en el Distrito Federal”, *Nueva Antropología*, Núm. 54, México, INAH/UAM, 1998.

<sup>43</sup> *Ibidem*, p. 37

Estos sucesos fueron los que actuaron en contra de la campaña del candidato, provocando cierta debilidad en el consenso con la ciudadanía por el distrito.

Debido a las anomalías antes mencionadas, el candidato llevó a cabo su campaña buscando un contacto más directo con el electorado, ya fuera por medio de recorridos (visitas domiciliarias), reuniones vecinales o algunos festivales; confiando en que sólo por la presencia de él en éstos el comportamiento de la ciudadanía cambiaría favorablemente para su causa.

A continuación pretendo hacer una descripción general de cómo el candidato del PRI llevó a cabo su campaña por el distrito; es decir, narrar al lector las conductas más comunes del candidato y de la gente cuando estaban de cara a cara.

### **2.3.2.1 Recorridos por el distrito electoral.**

La prioridad del candidato del PRI en los recorridos fue buscar un contacto más directo con la gente con la idea de que lo conocieran y a la vez que se entablara una relación más personal que le permitiera crear una confianza y seguridad en las elecciones de los posibles votantes. Cabe mencionar, que aunque ésta era la estrategia en campaña, no dejó de ocupar algunas motivaciones que le permitieran un acercamiento más fácil y directo con el electorado recurriendo a los regalos, así como a las gestiones.

Como se pudo observar durante la investigación, los regalos tuvieron una función muy importante en campaña debido a que cuando la ciudadanía no quería abrir la puerta de sus casas, con el sólo hecho de que dijeran que traían un presente, esas puertas cerradas se abrían de

inmediato para recibir el obsequio y de esta manera aquellos dieran su propaganda.

Es importante resaltar que el hecho de que se les acabaran los regalos antes de que se terminara el recorrido, era suficiente para que ya no continuaran, porque les daba "pena" llegar con la ciudadanía sin un presente. Llegar con las manos vacías, se convirtió en un motivo determinante para no terminar un recorrido, esta actitud de militantes y candidato parece indicar dos cosas: el llegar con algún presente para el electorado provocaba confianza entre ellos mismos, para que de entrada no fueran rechazados; un ejemplo que puede darnos bases sobre el valor que adquirió el regalo para los candidatos del PRI, así como para la gente que los ayudaba en campaña, fue observado en los recorridos que hizo el candidato del distrito 14 federal:

Antes de que dijera el candidato a la ciudadanía de qué partido pertenecía, lo primero que hacía era dar algún presente con la intención de que por medio de éste la gente le pusiera más atención a sus propuestas. Esta estrategia se debió a que cuando las personas sabían del partido al que pertenecía, no querían saber nada de él.<sup>44</sup>

Por otra parte, la costumbre del partido de tener acostumbra a la gente dando algo a cambio, fue otra constante del candidato para llevar su proselitismo.

Esto parece indicar que el dar y el recibir algo se han vuelto una costumbre tanto para los candidatos como para la propia población.

---

<sup>44</sup> "Por fin", campaña del candidato del PRI en el distrito 14 federal, 04 de julio de 1997.

Por ejemplo, hubo casos en que la ciudadanía antes de que el candidato o su comitiva les diera un presente, le exigían el regalo diciendo: "quiero algo con lo que me acuerde de ustedes"; incluso, al recibir el obsequio se alejaban no prestando atención a las propuestas o propaganda que se les daba, así como cuando le daban un obsequio insignificante para ellos, abiertamente decían "¿nada más esto?; ¿esto vale mi voto?", o en el mejor de los casos "así sí votaré por ustedes". Otra actitud fue acercarse al candidato y, mientras se presentaba, dirigían una mirada a las bolsas para ver que era lo que traían diciéndole: "qué es lo que trae ahora".

Este tipo de actitudes refleja la costumbre de dar y recibir algo a cambio, y que se ha vuelto en exigencia por parte de los dos bandos. El candidato por el hecho de otorgar algún presente, cree que es suficiente para poder pensar que iba a ser favorecido el día de las elecciones; por otra parte, la población piensa que por el sólo hecho de recibir al candidato y brindarle cierto apoyo podía exigirle algo.

Entre los regalos que el candidato y su equipo daban se encontraban destapadores, encendedores, gorras, playeras, bolsas de mandado, bolsas de dulces, etc. Vale la pena decir que los regalos más vistosos ante los ojos del electorado eran reservados para los festivales que organizaban. Estos regalos se diferenciaban de los primeros por ser artículos más caros como batidoras, relojes de pared, licuadoras, hoyas exprés, etc.

Las gestiones en los recorridos fueron otro recurso del candidato. El ofrecer la solución de algún problema a quien lo solicitaba, se convirtió

en otra táctica que el candidato ocupó para que la gente se le acercara.

Este tipo de levantamientos se llevaba a cabo por medio de una persona de su misma comitiva, el hecho era tomar los datos de la persona que lo solicitaba para que posteriormente el candidato las mandara a las delegaciones de los distritos 14 federal y 21 local.

Hay que subrayar que este tipo de levantamientos que hizo el candidato por el distrito electoral tuvo una mejor respuesta con el delegado del distrito 14 federal, debido a que éste era del mismo partido; en cambio, en el distrito 21 local la respuesta a las gestiones no corrió la misma suerte debido a que el delegado era panista. Por ejemplo, las gestiones que se le enviaban para la resolución inmediata eran desasolve de coladeras, poda de árboles, entre otras.

Con este tipo de tácticas el candidato quiso mostrarse ante el electorado como alguien que en verdad quería trabajar y que sí se preocupaba por lo que le pasara a su población, el hecho de prometer la solución de algún problema o el dar un presente, para él era más que suficiente para que pensara que le debían dar su apoyo con el voto.

A pesar del gran despliegue de recursos humanos, materiales y financieros que utilizó el candidato en sus recorridos para que el electorado se interesara más por él, que por los regalos o gestiones que realizó fueron aspectos que no pudo evitar. Ya que como se pudo observar en los recorridos, hubo más de una vez, al cruzar por las calles por donde se habían repartido regalos y la propaganda, ésta última estuviera tirada por las calles.

La actitud del electorado puede reflejar que lo que le importa a la ciudadanía de un candidato no es lo que diga o prometa en un proyecto político, sino lo que en ese momento puede obtener de él cuando pasa a visitarlos a sus hogares.

El pedir algo en el momento fue una práctica común de la población con la idea de salir beneficiada de alguna manera, el propio director de tesis, el Dr. Héctor Tejera, comentó en una clase de seminario "que la ciudadanía busca en los candidatos un espacio de negociación inmediata, con el objetivo de que se vean beneficiados en el momento... el obtener aunque sea una playera es más que suficiente para tener otra prenda qué ponerse".<sup>45</sup>

Este tipo de actitudes se pudieron percibir en todo momento en que la ciudadanía no perdía la oportunidad para pedir algo al candidato. Es importante resaltar que esa actitud de la gente ante el candidato no sólo fue un fenómeno observado en la campaña del candidato del PRI, sino también en las campañas de los candidatos del PAN y PRD.

Dentro de los comportamientos más comunes vistos por la población ante el candidato del PRI fueron:

1. Los simpatizantes, estos reflejaban un apoyo incondicional al candidato como al partido con frases como "siempre hemos votado por ustedes", incluso algunos mencionaban que toda su familia siempre había votado por el partido, desde sus abuelos, padres e hijos. Otra característica de los simpatizantes fue mostrar su enojo hacia otros partidos mientras se encontraban con el candidato.

---

<sup>45</sup> 9 de diciembre de 1998.

Generalmente el comportamiento del candidato como el de su comitiva ante las gentes que le brindaban su apoyo, fue tratarlos con mayor atención que a las que los cuestionaban y, como agradecimiento, se les repartía más de un regalo.

2. Los de oposición. A este tipo de ciudadanos no le interesaba nada que tuviera que ver con el partido ya que su preferencia era por otro, incluso hubo quienes trataron de provocar a los militantes o al mismo candidato con frases como "bola de rateros".

3. Los agresivos. Expresaban su enojo hacia el candidato diciéndole que él como los demás que pertenecían al mismo partido eran los causantes de la situación por la que pasaba el país. Incluso hubo quienes le dijeron que todos eran unos corruptos y unos ladrones.

Es importante hacer mención que cuando el candidato llegó a encontrarse con esta actitud de la gente en su campaña trató de responder de una forma cautelosa diciéndoles: "rateros se encuentran en todas partes, todos roban, los abogados, los doctores etc. En todos lados hay de todo, por lo que les pido que reflexionen. No por el hecho de que unos hayan hecho mal su trabajo, refiriéndose a sus colegas pasados, tengo que pagar yo".<sup>46</sup>

4. Los indecisos. Estos no sabían por quién votar pero estaban conscientes que por el PRI no, expresándolo con frases como: "¿él PRI?, iguácala!, son unos rateros y lambiscones".

Pero más allá de la forma en como se comportó la gente ante el candidato expresándole su simpatía o coraje y resentimiento hacia el

---

<sup>46</sup> Recorrido por la calle reembolso, colonia Portales, Actitud de la gente ante el PRI, 7 de junio de 1997.

partido, no dejaron de resaltar su interés en la obtención de algún favor, sobre todo a corto plazo, así como el pedir algún presente. Salvo en los casos donde la preferencia era por otro partido.

Es importante resaltar que el discurso que utilizó el candidato del PRI frente a su posible electorado, fue adaptado dependiendo de la situación que se le presentaba ya fuera en una defensa de las acusaciones que se le hacía, como en tratar de resolver ciertos problemas que la ciudadanía le pedía. Sin embargo, jamás se le oyó que planteara un plan de trabajo por el distrito si se le daba el voto.

Este tipo de constantes observadas en los recorridos, también se vieron reflejadas en reuniones y festivales que llevó a cabo por el distrito.

Cabe mencionar que en las colonias donde el candidato no contaba con militantes o simpatizantes, se mostró un tanto temeroso de acudir a ellas por el temor a ser rechazado, o a recibir malos tratos por parte de la ciudadanía, como de militantes de otros partidos; tales fueron los casos en las colonias que pertenecían al distrito 21 local y, una que otra colonia o unidad habitacional dentro del distrito electoral 14 federal.

En cuanto al comportamiento de la ciudadanía del distrito 21 local, tengo que decir que el poder de convocatoria por parte del candidato, como de sus militantes, fue mínima, debido a que como se pudo observar, el comportamiento de los electores no estuvo encausado a recibir algún obsequio del partido, ya que decían: "con un regalito no nos va a comprar". Este comportamiento observado indica que el nivel socioeconómico tuvo un papel importante en el desarrollo de la

campaña, en comparación con el comportamiento visto por la gente del distrito 14 federal, en que el comportamiento sí estuvo encausado a recibir un obsequio por mínimo que fuera.

La actitud de la gente del distrito, 21 local ocasionó que el candidato dejara las reuniones vecinales dedicando más tiempo a los recorridos de las colonias del distrito 14 federal.

Por otra parte, en el distrito 14 federal, aunque en menor medida que en el distrito 21 local, el miedo y la desconfianza de recorrer algunas colonias y unidades habitacionales no fue impedimento para que el candidato como su comitiva dijeran: "aunque nos llevemos 20,000 mentadas de madre vamos a entrar", tal fue el caso de un edificio donde se presentó este fenómeno:

Una promotora, al acercarse a una señora que iba de salida, le quiso entregar la propaganda del candidato del PRI, y antes de que se la diera ésta le dijo: "¿del PRI?. Guácala, son unos rateros y lambiscones, deberían de ponerse a trabajar en vez de perder el tiempo", la promotora, sin agredir, le dio las gracias y se retiró.<sup>47</sup>

### **2.3.2.2 Reuniones Vecinales.**

Este fue otro recurso que utilizó el candidato para acercarse a la población; sin embargo, este tipo de actividades realizadas por él no cobraron interés en la ciudadanía como el que se esperaba debido a la poca afluencia que se vio en las reuniones y que fue el principal problema que se tuvo que enfrentar.

---

<sup>47</sup> Desacuerdos del PRI, 23 de mayo de 1997.

El desinterés reflejado por parte de la población hizo que más de una vez el candidato como sus militantes salieran por las calles tocando las puertas de los vecinos para que los acompañaran en el evento; incluso, tratando de despertar el interés para que acudieran, les decían: "va a haber algunos regalitos y comida", pero a pesar del interés que ponía el candidato para atraer la atención de la ciudadanía, la asistencia fue mínima, una situación que puede describir este fenómeno, se presentó en una reunión que se llevó a cabo por una colonia del distrito local 21.

La reunión estaba programada para que empezara a las 6:00 p.m. con una afluencia de 100 personas, pero debido a la gran ausencia de invitados, se pospuso unos minutos. Al ver que no llegaba nadie al lugar, el candidato a diputado local del distrito 21, propuso al candidato federal que salieran a hacer un pequeño recorrido por las calles aledañas al domicilio, con la idea de invitar a la gente al evento. Ya en el recorrido, los candidatos trataron de despertar el interés prometiendo unos regalos como el dar algunos bocadillos en el evento si las personas asistían.

Pero ni por ese tipo de recursos que ocuparon, pudieron conseguir que la población visitada se interesara. Al finalizar el recorrido se pudo observar que con la misma gente que salieron, fue con la que llegaron (de 20 a 25 personas de las cuales la mayoría eran militantes) por lo que se tuvo que iniciar la reunión.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> Reunión vecinal en la colonia Portal, 7 de junio de 1997.

Otro hecho que se dio en las mismas reuniones que realizó el candidato ante su electorado fue resaltar las gestiones que había realizado en otros lugares del distrito con la intención de que la gente presente confiara en él y posteriormente le brindara su confianza reflejándolo el día de las elecciones. Por ejemplo:

Cuando el candidato daba inicio a su discurso, por lo general comenzaba diciendo que él a diferencia de los otros candidatos sí estaba llevando a cabo lo que la gente le pedía o solicitaba, ya que para él eso era lo primordial en su campaña. Ponía como ejemplo las gestiones que ya había llevado a cabo con los delegados en otras partes del distrito, asegurando que los problemas que le exponían en su campaña sí eran considerados para que las autoridades las llevaran a cabo.<sup>49</sup>

Es importante resaltar que aunque el candidato ocupó un discurso de acuerdo a las necesidades que la propia ciudadanía le hacía saber; en cuanto a resolver algunos malestares, fue poco usual que él diera a conocer a los presentes el plan de trabajo que realizaría si llegaba a ser diputado.

Por ejemplo, en otra reunión que llevó a cabo por la colonia Postal, uno de los invitados le preguntó al candidato que si le podía decir cuáles eran las funciones u obligaciones de un diputado, ya que él no entendía, en ese momento, otra señora lo interrumpió diciendo al candidato que si podía hacer algo para que las calles fueran más seguras cuando transitaban debido al gran índice de asaltos que se habían dado en ellas, el candidato,

---

<sup>49</sup> Ibidem.

respondió: "se está haciendo todo lo posible para solucionar todas esas anomalías, incluso he tenido problemas con la delegada porque no quiere mandar patrullas para que vigilen". Es importante resaltar que ese tipo de comentarios los hizo para que la gente se molestara con los funcionarios de otros partidos por su ineficiencia".<sup>50</sup>

Algo que se observó en la reunión fue que el candidato no respondió al señor, sobre las funciones de un diputado, tal vez porque no sabía o porque no quiso hablar de una cuestión que no le interesaba a toda la gente presente, a quienes lo único que les importó fue el salir beneficiados de la visita del candidato, ya fuera con un presente o la solución de servicios como seguridad, alumbrado, etc.

### **2.3.2.3 Festivales**

Este fue otro de los medios de los que se valió el candidato para llamar la atención de la población, sobre todo, este tipo de eventos fueron realizados en fechas especiales como el día de la madre u otro acontecimiento de igual importancia como el cierre de campaña del candidato por el distrito, en donde se caracterizó por el gran despliegue de regalos que tuvo para complacer a la ciudadanía, sobre todo cuando el lugar estaba vacío el candidato y su gente exhibían los regalos que se iban a rifar para que fueran un hecho tentador para la gente y ésta se volcara hacia donde se realizaba el evento. Esta táctica, como se pudo observar en los festivales, le dio resultado fructífero al candidato ya que la gente al ver los regalos que se exhibían no tardaba en llegar al lugar.

---

<sup>50</sup> Reunión vecinal en la colonia Postal, 7 de junio de 1997.

El siguiente ejemplo muestra claramente lo anterior:

El festival fue programado para festejar a las madres por su día.

Días anteriores y ese mismo día se pasó por las calles recordando a la ciudadanía la hora en que se iba a llevar a cabo el evento del candidato; ya en el lugar donde se iba a realizar, se vio que la mayoría de los asientos estaban vacíos, salvo algunos que habían sido ocupados por invitados o familiares del candidato o militantes, así como una que otra persona que se quedaba para ver qué iba a pasar.

Esto obligó al candidato a exhibir los regalos que iba a rifar, regalos que por la forma de cómo se comportó la gente, eran más o menos valiosos (licuadoras, planchas, juegos de vasos, baterías de cocina, bolsas, manteles, relojes de pared, entre otros.) La poca afluencia de vecinos en el primer momento cambió radicalmente ya que de inmediato llegaron a ocupar uno de los lugares vacíos esperando su turno para recibir alguno de los boletos de la rifa que los propios promotores estaban dando.

Ya iniciado el festival y con todos los presentes con su respectivo boleto, se pudo ver una diferencia en cuanto a la actitud del inicio; es decir, si en un principio fue de apatía hacia el evento del candidato, al ver los regalos su actitud cambió, echando porras al candidato, así como cantando la canción que en ese momento el partido tenía de fondo (la macarena).<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup> Respuesta de la gente ante las tácticas del candidato del PRI, 10 de mayo de 1997.

La táctica de dar regalos en los eventos, parece indicar que sí le funciono al candidato ya que cuando exhibió los regalos que se iban a rifar, la actitud de la gente ante el evento cambió, acercándose al lugar con la idea de obtener algún beneficio.

Sin embargo, aunque la táctica del candidato de dar algún presente le favoreció para que la asistencia a sus eventos mejorara; por otra parte, no pudo conseguir que después de la rifa la gente se quedara al evento. El candidato sólo deseaba agradecerles su presencia y pedirles su apoyo el día de las votaciones:

Al terminar la rifa el candidato a diputado federal quiso felicitar a las madres, pero a pesar de los intentos del maestro de ceremonia pidiendo a los presentes que no se retiraran antes de que el candidato terminara, no lo consiguió y el lugar quedó vacío.<sup>52</sup>

Otro recurso que utilizó el candidato, además de los muchos regalos que repartió en los festivales, fue recurrir al apoyo de líderes para que llevaran gente a estos eventos con la finalidad de que el lugar se viera más vistoso para la gente externa y se acercara, un ejemplo de la situación muy común en los festivales del candidato del PRI, fue en el cierre de campaña donde el partido se valió de sus líderes para llevar acarreados con el propósito de apoyar al candidato:

El lugar donde fue el cierre de campaña de los candidatos por el distrito, se vio en su totalidad lleno, debido al apoyo que recibieron de sus líderes, una líder nos comentó que el partido les envió con anticipación una cartas donde se les exigía un cierto número de personas para

---

<sup>52</sup> Ibidem, 10 de mayo de 1997.

llevarlos al cierre (el número de gente que se le pidió a cada uno fue de 100 personas.) También nos dijo que este tipo de gente que se prestaba para apoyarlos eran personas que quería un beneficio del partido; por ejemplo, vivienda.<sup>53</sup>

En términos generales la campaña del candidato, se desarrolló en un ámbito de intercambios de favores, o mejor dicho, en una negociación ya que por una parte la ciudadanía o, mejor dicho los votantes potenciales, hicieron creer al candidato que por el simple hecho de que les daban algún presente o de que les tramitaran algunas gestiones era más que suficiente para que él creyera que iba a contar con esos votos el día de las elecciones. Sin embargo, esa actitud no fue la única que se reflejó en la campaña sino que también fue la propia actitud que tomó el candidato ante su electorado mostrándose un tanto benévolo en sus caprichos con la idea de generar una simpatía en él para el día de las elecciones; es decir, las campañas electorales se vivieron en una relación donde la negociación se reflejó en cada instante entre el candidato y población.

---

<sup>53</sup> Cierre de campaña de los candidatos del PRI, 28 de junio de 1997.

### **III. COMPORTAMIENTO POLÍTICO EN LAS CAMPAÑAS: HACIA UN PARADIGMA TRADICIONAL.**

El propósito de este capítulo está encausado a resaltar las conductas que más se repitieron de la ciudadanía del distrito 14 federal con los candidatos a diputados federales del PRD, PAN y PRI en sus campañas políticas.

Para ello, las descripciones hechas anteriormente en las campañas nos servirán para tener una idea más clara acerca de cómo las personas perciben su entorno político y cómo esto influye en su relación con los demás individuos. En este caso me refiero a cómo fue la relación entre ciudadano y candidato, en la que se detectó que más allá de una cierta simpatía y de apoyo incondicional a los candidatos cuando estaban cara a cara, así como una actitud de desinterés y desconfianza hacia éstos, no perdieron el momento para negociar su voto con la idea de salir favorecidos en el momento. Esto posteriormente servirá para conocer algunas de las características de la cultura política que están detrás de dicho comportamiento.

Es importante aclarar que esas conductas que se expondrán a continuación, no variaron de un candidato a otro ya que la gente constantemente planteó ante los candidatos que buscaba la obtención de un beneficio a partir de negociar su voto.

Así, el análisis de los datos obtenidos permite la siguiente clasificación: Los casos donde la *simpatía* del electorado ante los candidatos se reflejaba con frases como "siempre he votado por el partido", "espero que ustedes sí cambien las cosas" o simplemente donde daban una

cierta esperanza a su candidato para que ganara las elecciones por el distrito diciéndole, "Dios lo bendiga".

Cabe resaltar, que la mayoría de las veces los que llegaron a reflejar este sentimiento de un apoyo incondicional tanto al candidato como al partido que representaba eran gente que en algún momento había recibido algún beneficio del partido; por otra parte, también se vio que esa simpatía no se debió a alguna afiliación con pleno convencimiento y conocimiento de las plataformas políticas de los partidos, sino como lo menciono antes, debido a un cierto interés ya obtenido.

Los casos donde la actitud de la ciudadanía estaba reflejada hacia una *indecisión* hacia por quién iban a votar, se derivaba de cierta desconfianza y miedo por todos los candidatos y partido, actitud que se vio en la población diciendo: "ustedes sólo vienen cuando necesitan de nuestro voto".

Los casos donde se mostraba una desconfianza hacia las elecciones, según sus propios comentarios, se consideraban *apolíticos* ya que las elecciones eran un mero requisito para cambiar a las personas que los representarían pero que la forma de gobernar seguiría siendo la misma, sin ningún beneficio para ellos, por lo que se abstenían de votar y a recibir a los candidatos.

Y por último, los casos donde el comportamiento de la ciudadanía se reflejaba en una *agresividad* hacia todo lo que tenía que ver con el gobierno y el sistema político, actitud que fue comprobada ante las reclamaciones que les hacían a los candidatos donde expresaban su resentimiento por la situación económica del país; por la corrupción y por los errores que en general habían cometido todos los partidos

debido al abandono en que tenían a la sociedad y a todos los problemas que aquejaban a la misma tanto particulares como generales. Este tipo de comentarios que les hacían a los candidatos mostraba la opinión que tenían acerca de cómo se ha dirigido al país, dando cuenta del enojo y decepción hacia lo que para ellos era el gobierno así como todo lo que tenía que ver con aspectos políticos por lo que los catalogaban como corruptos pues que según frases retomadas de las conversaciones ellos, "sólo querían su voto para obtener el poder".

Finalmente, haciendo un balance general de esta clasificación se puede decir que aunque hubo distintas actitudes en el comportamiento de la ciudadanía ante los candidatos, ya fuera de una cierta simpatía o desinterés ante ellos y sus propuestas no dejaron de resaltar un cierto interés en la obtención de un beneficio en el momento, sobre todo con problemas que estaban relacionados con los servicios como fueron poda de árboles, pavimentación, luz en su calle, falta de suministro del agua etc. o cuestiones que tenían que ver con el arreglo de algunos problemas de gestión familiar.

Actitud que de alguna manera se vio en el desarrollo de las campañas donde dejaban ver una cierta indiferencia hacia las propuestas de los candidatos como el de informarse sobre las plataformas políticas de los partidos.

En este sentido, los datos expuestos nos permitieron ir más allá del momento en que se enfrentaron votantes y candidatos dejando ver un aspecto importante en el estudio de la cultura política, que fue la capacidad de organización entre los ciudadanos para llevar acabo

ciertas acciones para un beneficio común; es decir, a partir de la relación que se vio en la ciudadanía con los candidatos se pudo observar que no estaban dispuestos a cooperar con los demás en un beneficio común. Actitud que hacía notar cierta dependencia entre ellos ya que si se toma en cuenta el tipo de peticiones que les hacían, considerando que eran problemas que ellos mismos podrían solucionar, los cuales iban desde servicios a sus colonias hasta cuestiones familiares, dichas peticiones mostraban una falta de organización debido a que en cuanto a problemas, las personas no eran capaces de solucionarlas solas, por lo que se acercaban a los candidatos para que éstos dieran una solución a sus problemas y necesidades.

Este hecho indica que la ciudadanía no era capaz o más bien, no estaba acostumbrada a solucionar los problemas que aquejaban tanto a sus calles o colonias debido a que para ellos la solución debía salir de las instituciones del gobierno, asumiendo una postura de que era obligación del gobierno, dejando a un lado otras posibilidades en la solución de sus demandas.

Ante esta incapacidad de organizarse se acercaban a los candidatos muchas veces no porque les interesara saber quiénes eran o qué proponían sino, que ésa podía ser la única oportunidad para que sus peticiones fueran resueltas por éstos a través de negociar lo único con lo que contaban, su voto, a cambio de que les otorgaran la solución de sus demandas.

Es de aquí donde propongo que una de las razones por las que la gente no se organiza puede ser explicada si nos remitimos a la historia

como producto de una idea paternalista muy arraigada en las mentes de los individuos la cual predispone a éstos a no organizarse ya que para ellos el gobierno es quien debe solucionar los problemas que aquejan su entorno inmediato.

Situación que de alguna manera se vio en el comportamiento de la ciudadanía donde esperaban que el gobierno era quien debía proporcionarles sus distintos satisfactores sociales. Satisfactores que en cierta forma han sido retroalimentados por el propio Estado ya que si volvemos a retomar la definición de José Antonio Crespo donde dice, que el Estado nace como el encargado de satisfacer las necesidades de la población como educación, trabajo etc. Como los distintos satisfactores sociales, ingresos, vivienda, salud, es por lo que ve en el Estado a ese protector de custodiar y cuidar los intereses del pueblo. Otro hecho que tiene que ver con esa actitud de la ciudadanía de que el gobierno es quien debe de satisfacer sus necesidades y que hizo que se reforzara aún más esa idea, fue en el periodo del presidente Lázaro Cárdenas.

Estos antecedentes históricos no han sido olvidados en la actualidad sino, al contrario son frecuentemente resaltados por la población en general, sobre todo en periodos donde está por definirse un nuevo gobierno. En donde el recuerdo de Lázaro Cárdenas y la forma en que apoyó al pueblo hizo crecer su popularidad hasta nuestros días, ahora las personas anhelan revivir ese periodo y constantemente están queriendo ver en sus representantes políticos a ese líder, al no conseguirlo muestran en su comportamiento cierto resentimiento hacia sus posibles gobernantes por no cumplir con esas expectativas y

tenerlos olvidados quejándose de la mala situación económica y de la misma manera, de la propia.

En las campañas era frecuente observar que las personas sentían que si su situación era buena o mala era gracias al gobierno; es decir, a partir de la perspectiva de lo que tenía que ser un buen gobierno, lo que pasa en la actualidad no era lo que esperaban, ya que para ellos un buen gobierno era aquél que tenía que velar por los intereses y necesidades de la población.

En este sentido, vemos una continuidad en el comportamiento y expectativas de la ciudadanía del distrito 14 federal, en el que las personas siguen manteniendo en sus mentes esa la firme idea de que el Estado es quien debe resolver todas sus necesidades, siguen buscando ese líder que tenga la disposición de hacerlo. Por tal motivo es que se vio en las campañas una cierta apatía en la política, en la participación y en la organización entre ellos en defensa de sus intereses porque arrastran un paternalismo que les hace creer que le corresponde a los gobernantes estar al pendiente de la población.

Esta imagen de alguna manera repercutió en su relación con los candidatos donde se asumió que la obligación del gobierno era que les tenía que resolver sus demandas. Desde esta perspectiva se pueden apuntar dos razones por las cuales la ciudadanía no está dispuesta a participar y a organizarse: primero porque la ciudadanía ha constatado que el gobierno lejos de ayudarles ha abusado de ellos provocando una desconfianza en la legitimidad. Segundo, porque la ciudadanía tiene la firme idea de que el gobierno tiene la obligación de otorgarle los medios para satisfacer sus necesidades.

Ante tales fenómenos buscan un líder que los vuelva a tomar en cuenta y que los considere como parte de un todo, donde exista una mejoría tanto en su situación económica como en todos los problemas relacionados con lo social y lo político. Es decir, problemas que aquejan la seguridad pública, falta de oportunidades para superarse, así como la poca credibilidad en cuestiones políticas desconfianza que se vio en la ciudadanía con frases que les hacían a los candidatos: " La política es corrupción" o "yo no creo en la política". Así, la poca participación y organización son también consecuencia de que no se sentían capaces de poder cambiar las cosas sin un líder que los encaminara por lo que veían en las elecciones una transición de las personas pero no de la problemática.

Por lo tanto, el comportamiento de las personas ante los candidatos y campañas puede resumirse como el reflejo de su inconformidad debido a los fraudes electorales, la crisis económica, política del país. Por lo que se ha generado en la misma población una abstención en las cuestiones política del país y se ha buscado en otros espacios otras formas de beneficiarse, en este caso buscando en los candidatos y sus campañas esos espacios.

Por otra parte, otro hecho de igual importancia que contribuyó aún más en el pensar de la ciudadanía de que el gobierno es quien debe responder a sus necesidades y expectativas fue la propia actitud que tomaron los candidatos ante su electorado de que los vieran como gestores. Para ellos, el mostrarse ante su electorado de una manera comprensible y con mucha disponibilidad, hacía ver en los votantes que era obligación de ellos satisfacer sus necesidades, esto como un

requisito para ganar votos, y no porque en verdad estuvieran dispuestos a hacerlo o que fuera su obligación.

Esa actitud de los candidatos hizo alimentar más en la mente de los individuos la idea errónea de que todos los que pertenecían al gobierno o querían pertenecer en esa esfera, tenían la obligación de satisfacer sus necesidades. Por lo que en más de una vez los candidatos se acercaron a las personas armando un discurso de acuerdo a las propias demandas o necesidades de los electores, donde trataron de convencer de que eran los más aptos, sólo porque mostraban disposición a apoyarlos en sus problemas, pensando a corto plazo que el hacer esas promesas sería ventaja para ganar votos el día de las elecciones.

Es importante mencionar que el tipo de discurso que ocuparon los candidatos tuvo que adaptarse a las necesidades del electorado, ya que cuando trataron de manejar un discurso oficial, sobre planteamientos con base en las plataformas de los partidos, la reacción de la gente fue hacia una indiferencia, un ejemplo sobre ésta actitud, se retomó de una de las reuniones realizadas por uno de los candidatos en las primeras semanas de proselitismo:

La reunión estaba programada para que diera inicio a las diez de la mañana, pero debido a la poca participación de personas fue pospuesta unos minutos, minutos que se prolongaron una hora después. Cuando la afluencia de gente era más notoria, trece personas, se inició reunión con la intervención del candidato dando la bienvenida a los presentes y comenzando su plática explicando la visión que tenía sobre la política del país. En términos

generales, planteó que en los últimos años ha estado seguro de que México necesitaba un cambio por la vía de la democracia en donde él se consideraba parte de ese cambio. Cambio que de alguna manera él estaba dispuesto a contribuir, y en el que las oportunidades se vieran en todos, y no sólo en unos cuantos como era la política del gobierno actual. Puso como ejemplo a los pequeños empresarios diciendo que se ha dado cuenta de que cada vez más se cierran los caminos para que se pueda desarrollar una perspectiva económica en la cual él y otros empresarios progresen. Continuó con una reflexión sobre la pasada votación en la Cámara de diputados de la ley forestal, que es una cuestión que afecta a todos, sobre la cual si bien el PRD ha ganado la discusión, ha perdido las votaciones. Manifestó también que en los últimos años las instituciones del pueblo han sido saqueadas, como es el caso del IMSS, y muchas empresas estatales han sido declaradas en quiebra a pesar de que trabajan con números negros.

Más o menos a media hora de haber iniciado su intervención, que continuaba con una reflexión sobre la política económica del gobierno, el jefe de la familia donde se estaba llevando a cabo la reunión lo interrumpió planteando que, en efecto hay una falta de conciencia sobre el problema de los bosques, pero dijo, "nosotros tenemos una serie de problemas que quizá no les toque a ustedes resolverlos, pero nos gustaría saber si usted es una persona que esperamos pudiera apoyarnos para hacerlo". En ese momento interviene otra de las personas que estaba en la reunión, una señora que decía ser jefa de manzana, su intervención se basó en una reflexión sobre el papel que juegan con sus vecinos ante las

autoridades, diciendo que nadie de las autoridades les hacía caso, pone como ejemplo que cuando va con el delegado sólo los atienden muy amablemente pero que en cuanto le expone sobre los problemas no hace caso, no resuelve nada.

Una muchacha que se integra tarde a la reunión inicia, palabras más o palabras menos, su intervención cuestionando al candidato: "has planteado que las cosas van a cambiar, pero yo veo que para que se arregle la colonia no hay presupuesto. Lo más que aporta la delegación son picos o palas para que los vecinos trabajemos. ¡Cómo va a trabajar una señora grande! Nosotros lo que queremos es que la delegación asuma su responsabilidad de atender nuestros problemas.

Muchas veces nos dicen que no hay presupuesto, yo quiero preguntarte cómo va ha ver presupuesto cuando los candidatos ganan muchísimo". Se inicia una discusión sobre lo que ganan los candidatos, diciendo que aproximadamente ganaban 20 mil pesos mensuales.

El candidato responde que su negocio le ha dado para comer y que más o menos lo que gana en su empresa sería lo que ganaría como diputado. La muchacha interrumpe al candidato, diciendo: "Es que además de lo que ganan, después de que se vota por los diputados, no se vuelven a aparecer". El candidato responde planteando que él ha planeado mantener la casa de campaña como oficina para atender las demandas ciudadanas del distrito, con el propósito de continuar en constante contacto con la ciudadanía e impulsar leyes que respondan a dichas

demandas. La conversación continua en esa tónica media hora más.<sup>54</sup>

Desde esta perspectiva tiene razón Héctor Tejera al decir que “las inquietudes y demandas de los ciudadanos y el propósito de las campañas políticas de los candidatos fueron vistas por los dos bandos de una forma distinta; por una parte, los ciudadanos esperaban que se les atendiera a las demandas a partir de negociar su voto no importándoles de qué partido o candidato pudiera venir, ya que vieron en los candidatos la posibilidad de encontrar respuesta a sus necesidades y demandas; es decir, viéndolos más como posibles candidatos a una delegación política o a la Jefatura de Gobierno del Distrito Federal, que como posibles diputados federales. Por otra parte, los candidatos trataron de reforzar la idea en la ciudadanía de que lo vieran como posible gestor con la idea de que le dieran el voto”.<sup>55</sup>

Es así en términos generales las campañas y el proceso electoral se vivieron dentro de una relación de intercambio.

---

<sup>54</sup> Reunión de vecinos en la casa de campaña del candidato a diputado federal por el distrito 15 distrito del PRD, 11 de mayo de 1997.

<sup>55</sup> Héctor Tejera, “Encuentro de expectativas...”, *op. cit.*, p. 56.

## **CONCLUSIONES.**

En la introducción del presente trabajo apunté el enfoque teórico que se iba a emplear, para explicar, el por qué la ciudadanía del distrito 14 federal no se organiza para llevar a cabo ciertas acciones de bien común. Se partió de una definición encausada hacia un paternalismo, donde se apuntó que esa falta de organización podía ser explicada si nos remitimos a la historia como producto de una idea paternalista muy arraigada en las mentes de los individuos, la cual predispone a éstos a no organizarse, ya que para ellos el gobierno o posibles gobernantes son quienes deben de dar solución a las demandas que aquejan en su entorno inmediato; es decir, problemas que tienen que ver con servicios para sus calles o colonias, como problemas intra familiares.

Desde esta perspectiva lo que en un momento se apuntó como un "a priori", ya en la propia investigación se convirtió en un "a posteriori", ya que efectivamente se vio que la causa por la que la ciudadanía de dicho distrito no se organiza tenía que ver con un pensamiento colectivo en que el Estado es quien debe satisfacer sus necesidades, situación que se vio reflejada en el comportamiento que toma la ciudadanía ante los candidatos, donde se atribuye la obligación en ellos resolverle sus demandas. Desde esta perspectiva se apuntaron dos razones por las cuales la ciudadanía no está dispuesta a participar y a organizarse. La primera, tiene que ver con esa firme idea de que el gobierno y todos los que quieren pertenecer a esa esfera tienen la obligación de otorgarles los medios para satisfacer sus necesidades. La segunda, que la ciudadanía ha constatado que el gobierno, lejos de

ayudarlo, ha abusados de ellos por lo que ya no creen en su legitimidad, situación que ha provocado una desconfianza.

Ante tales fenómenos los electores buscan en espacios como las campañas otras formas para salir beneficiados.

Así, en la presente investigación, se trató de ver una asociación entre las campañas y el pensar ciudadano que se expuso en el capítulo 1, una breve descripción sobre las similitudes y diferencias en la organización de las campañas de los candidatos, con el propósito de que el lector tuviera una perspectiva de cómo se lucha en lo político para ganar la confianza del electorado. En el capítulo 2, vimos ya de una forma más detallada cómo fueron las campañas de los tres candidatos del PRD, PAN y PRI con la ciudadanía, sobre todo cómo fue la relación de los ciudadanos y candidatos cuando estaban de cara a cara. En el capítulo 3, apostamos a que más allá de las diferentes actitudes que tuvo la ciudadanía con los candidatos, ya fuera de simpatía o indiferencia hacia ellos y sus partidos se vio que su principal preocupación fue salir favorecidos a partir de negociar el voto, actitud que como se dijo antes fue a partir de considerar que ellos eran los encargados de otorgar cierto respaldo en sus problemas. Desde esta perspectiva llegamos a la conclusión de que la ciudadanía efectivamente está emergida en un paternalismo, en el que busca en cualquier espacio como lo fueron las campañas para salir favorecida a partir de negociar el voto.

Todo lo antes expuesto nos lleva a señalar las limitaciones del presente trabajo. El análisis y las explicaciones que hemos dado del material que presentamos, se quedan todavía en un terreno hipotético.

Para darle mayor validez y generalización se necesita el estudio comparativo de otros estudios encausados en las mismas condiciones y las mismas situaciones o, si se modifica, ver por qué y cómo. Si no se dan las mismas condiciones y sí la misma situación, buscar las explicaciones de dos fenómenos iguales producidos por causas diferentes, etc. Este tema se puede quedar para investigaciones futuras.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar Valenzuela, Rubén, "Vieja y Nueva Cultura Política", en Anguiano, Arturo (et al.), Fuerzas Políticas y Participación Ciudadana en la Coyuntura del '97, México, UAM-X, 1997, pp. 67-72..
- Alonso, Jorge. "Cultura Política y Partidos en México", en Krotz, Esteban (coord.), El estudio de la Cultura Política en México, México. CIESAS, 1996. pp.187-214.
- Alonso, Jorge (coord.), Los movimientos Sociales en el Valle de México, México, Colegio Miguel Othón de Mendizábal, núm. 1, 1988, pp.40-70.
- Alonso, Jorge. "La antropología política y las elecciones en México", en Nueva Antropología, México, UAM-I y editores GV, vol. XV, 1997, núm.51, pp. 23-42.
- Alonso, Jorge (coord.), "Partidos y Cultura Política", en Cultura Política y educación Cívica, México, Porrúa, 1994, pp. 115-184.
- Almond, Gabriel y Verba Sydney, "La Cultura Política", en Almond, Gabriel (et al.), Diez Textos de Ciencia Política, Barcelona, Ariel, 1992, pp.171-202.
- Crespo, José Antonio, "Legitimidad política y Comportamiento Electoral en el Distrito Federal (1988)", en Alonso, Jorge (coord.), Cultura Política y educación Cívica, México, Porrúa, 1994, pp. 61-96.
- Diccionario Enciclopédico Abreviado, "omnímodo", Buenos Aires, editado por la Compañía General Fabril Financiera, S. A., tomo 5, 1945, pp.57.

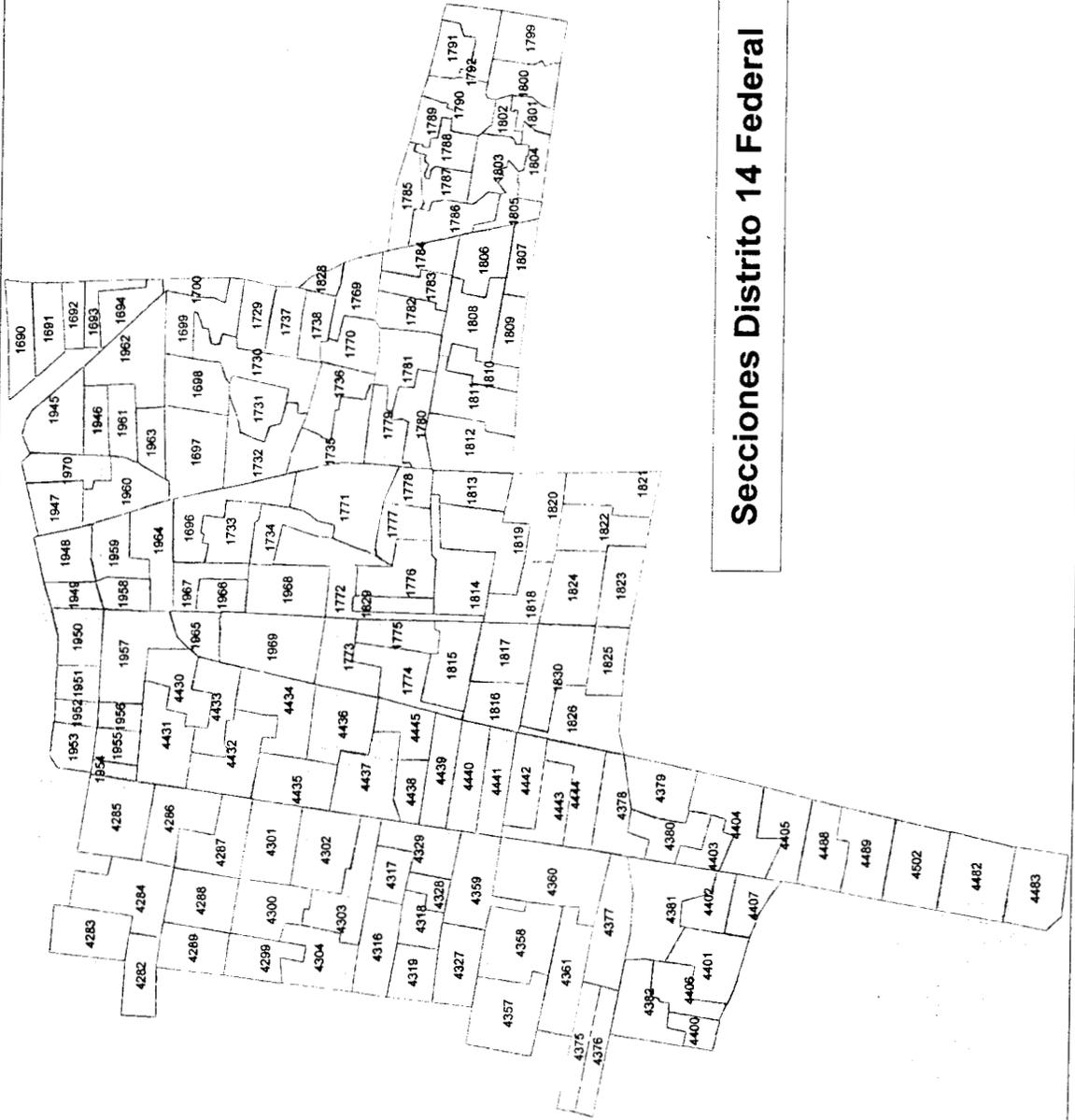
- González Navarro, Manuel y López Gutiérrez Concepción, "Los Partidos Políticos en México, Durante 1994: La Construcción Simbólica de sus Atribuciones", en Polis 96, México, UAM-I, vol. 1, 1997, pp. 39-62.
- L. Sills, David. "Paternalismo", en la Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales, España, Aguilar, 1997.
- Millán, René, "Procesos Electorales y Cultura Política", en Sánchez Gutiérrez, Arturo (compilador.), Las Elecciones de Salinas, México, Plaza y Valdéz, 1992, pp.125-139.
- Nieto, Raúl, "Cultura Política y Clase Obrera, en Alonso, Jorge (coord.), Cultura Política y Educación Cívica, México, Porrúa, 1994, pp. 197-222.
- Park, Robert, "La Cultura de la Ciudad", en Borja, Castells, Las grandes Ciudades en la Década de los Noventa, Madrid, 1991, pp. 512.
- Safa Barraza, Patricia, "Espacios Urbanos como Experiencia Cultural", en Estrada Margarita (et al.) (copiladores), Antropología y Ciudad, México, CIESAS, UAM-I, 1994, pp. 283-296.
- Tejera Gaona, Héctor, "Encuentro de Expectativas. Las Campañas Electorales y Cultura Política en el Distrito Federal", en Nueva Antropología, México, CONACULTA, INAH y UAM-I, vol. XVI, 1998, núm. 54, pp. 31-56.
- Valdéz Vega, Maria Eugenia, " Una Nueva Legitimidad en el Distrito Federal, las Elecciones de 1997", en Nueva Antropología,

México, CONACULTA, INAH y UAM-I, vol. XVI, 1998, núm. 54, pp. 57-78.

- Valdéz Zurita, Leonardo, "Las Elecciones de 1997", en Anguiano, Arturo y Gutiérrez
- Daniel (coord.), Fuerzas Políticas y Participación Ciudadana en la Coyuntura del '97, México, UAM-X, 1997, pp. 19-28.
- Revistas:
- Barragán Alba, Gerardo, "Seminario de información y análisis, PRD: Una Campaña Profesional de 63000 brigadistas en Acción Casa por Casa", en Proceso, México, núm.1047, 1º de julio de 1997, pp.12-17.
- Tejera Gaona, Héctor, "No se olvide de nosotros cuando esté allá arriba", en Este País, México, núm.34, febrero 1998, pp.34-38.

**ANEXO I**

**MAPA DEL DISTRITO 14 FEDERAL ELECTORAL**



**Secciones Distrito 14 Federal**

**ANEXO II**

**CODIGO DE CLASIFICACIÓN DE INFORMACIÓN**



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA-IZTAPALAPA  
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA  
PROYECTO  
CULTURA POLÍTICA EN MÉXICO  
CÓDIGO DE CLASIFICACIÓN DE INFORMACIÓN

---

1. SIMBOLISMO
  - 1.1. Concepto de simbolismo. Teoría
  - 1.2. Simbolismo político-religioso
  - 1.3. Estudios de caso sobre simbolismo en la cultura política
  - 1.4. Metodología para el estudio del simbolismo
  - 1.5. Significados o simbología de la acción política
  - 1.6. Estudios históricos del simbolismo
2. CULTURA POLÍTICA
  - 2.1. Concepto de cultura política
  - 2.2. Metodología para el estudio de la cultura política
  - 2.3. Estudios de caso sobre cultura política
  - 2.4. Identidad política
    - 2.4.1. Concepto de identidad política
    - 2.4.2. Procesos de formación y desarrollo de la identidad política (discursos, signos y símbolos)
    - 2.4.3. Identidad
3. VOTANTES
  - 3.1. Formas de acción y reacción de los sujetos sociales o políticos ante los procesos electorales
    - 3.1.1. Activa
    - 3.1.2. Pasiva
    - 3.1.3. Abstencionismo
  - 3.2. Estadística electoral.
  - 3.3. Respuesta de la población a los procesos electorales
  - 3.4. Participación electoral
    - 3.4.1. Participación partidaria
    - 3.4.2. Participación no partidaria
    - 3.4.3. Votantes pertenecientes a organizaciones civiles o partidarias
  - 3.5. Información política
    - 3.5.1. Conocimiento de programas y plataformas políticas
  - 3.6. Preferencias electorales
    - 3.6.1. Causas en la modificación de las preferencias electorales
    - 3.6.2. Influencia familiar sobre las preferencias electorales
    - 3.6.3. Opinión sobre los diversos partidos
  - 3.7. Votantes potenciales
  - 3.8. Acarreados
  - 3.9. Votantes que viven en el Distrito Electoral
  - 3.10. Características sociodemográficas
    - 3.10.1. Ubicación laboral
    - 3.10.2. Situación económica
    - 3.10.3. Ingresos permanentes o eventuales
    - 3.10.4. Bienes materiales
    - 3.10.5. Servicios
    - 3.10.6. Lugar de procedencia
    - 3.10.7. Nivel educativo
    - 3.10.8. Demandas y expectativas
  - 3.11. Clientelismo político
  - 3.12. Credencial de elector
4. PARTIDOS POLÍTICOS (ESTRUCTURA ORGANIZATIVA)
  - 4.1. Funcionamiento formal (estatutos y formas estatutarias de elección de candidatos)



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA-IZTAPALAPA  
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA  
PROYECTO  
CULTURA POLÍTICA EN MÉXICO  
CÓDIGO DE CLASIFICACIÓN DE INFORMACIÓN

---

- 4.2. Funcionamiento real de elección de candidatos
- 4.3. Programa de acción de cada partido (económico, político y social)
- 5. DISTRITOS ELECTORALES
  - 5.1. Modificaciones geográficas a los distritos electorales
  - 5.2. Características sociodemográficas de los distritos electorales
  - 5.3. Partidos por Distrito Electoral
  - 5.4. Comités distritales
    - 5.4.1. Ubicación
    - 5.4.2. Organización
    - 5.4.3. Estructura
    - 5.4.4. Financiamiento
- 6. REFORMA POLÍTICA
  - 6.1. Funcionamiento de la reforma política
  - 6.2. Legislación electoral
  - 6.3. Reglamentación de gastos de campaña
- 7. PROCESOS ELECTORALES
  - 7.1. Normatividad electoral.
  - 7.2. Estadística electoral en 1997
  - 7.3. Resultados electorales en los últimos diez años
  - 7.4. Respuesta de la población a los procesos electorales
  - 7.5. Participación
  - 7.6. Abstencionismo
- 8. ACCIÓN POLÍTICA
  - 8.1. Estrategias de acción política
  - 8.2. Tipología de acciones política (faccionalismo)
  - 8.3. Significados
- 9. ARENA POLÍTICA
  - 9.1. Concepto de arena política
  - 9.2. Tipología de arenas o escenarios políticos
- 10. CAMPAÑAS ELECTORALES
  - 10.1. Recursos federales
  - 10.2. Recursos (humanos, infraestructura, estructura, financieros)
  - 10.3. Recursos no oficiales
  - 10.4. Recursos personales aportados por el candidato
  - 10.5. Gastos de campaña
  - 10.6. Organización y funcionamiento de los comités de campaña del candidato
  - 10.7. Gastos para obtener votantes (a través de bienes o en efectivo)
  - 10.8. Tácticas y estrategias para obtener votos
  - 10.9. Discursos (tipos de discurso, discurso situacional)
  - 10.10. Medios de comunicación (facilidad de acceso y forma de empleo)
  - 10.11. Acarreados
  - 10.12. Encuestas y opinión pública
- 11. CANDIDATOS (FORMAS DE LEGITIMIDAD)
  - 11.1. Legitimidad (racional, tradicional, carismático)
  - 11.2. Trayectoria política
  - 11.3. Reclutamiento
  - 11.4. Liderazgo. Teoría
  - 11.5. Liderazgo. Estudios de caso.
- 12. ACTORES SOCIALES
  - 12.1. Líderes políticos de partido (acciones en apoyo a candidatos; discursos de legitimación)



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA-IZTAPALAPA  
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA  
PROYECTO  
CULTURA POLÍTICA EN MÉXICO  
CÓDIGO DE CLASIFICACIÓN DE INFORMACIÓN

---

- 12.2. Acción de otros líderes (civiles y religiosos)
- 13. CÁMARA DE DIPUTADOS (ORGANIZACIÓN)
  - 13.1. Función formal (para qué sirve la Cámara; estatutos y comisiones)
  - 13.2. Funcionamiento real y lucha por el poder intrapartidista
    - 13.2.1. Mecanismos de negociación política
    - 13.2.2. Formas y estrategias para la reproducción del poder
    - 13.2.3. Tipos de discurso para mantener o ejercer el poder
    - 13.2.4. Tipología de las formas o estrategias del poder
    - 13.2.5. Conflicto político
  - 13.3. Funcionamiento real y lucha del poder Interpartidista
    - 13.3.1. Mecanismos de negociación política
    - 13.3.2. Formas y estrategias para la reproducción del poder
    - 13.3.3. Tipos de discurso para mantener o ejercer el poder
    - 13.3.4. Tipología de las formas o estrategias del poder
    - 13.3.5. Conflicto político
  - 13.4. Foro de decisión nacional
  - 13.5. Relación con los medios de comunicación
  - 13.6. Partidos en la Cámara de Diputados (programa o líneas a seguir)
  - 13.7. Número de integrantes en la Cámara por partido
  - 13.8. Trayectoria política de los diputados
    - 13.8.1. Facciones políticas
      - 13.8.1.1. Discurso relacionado a su tendencia
  - 13.9. Diputados independientes
  - 13.10. Formas de elección (mayoría absoluta y relativa)
  - 13.11. Otros actores sociales en la Cámara
- 14. EL PODER
  - 14.1. Concepto de poder. Teoría y conceptos asociados
  - 14.2. Estudios de caso sobre el poder
  - 14.3. Metodología para el estudio del poder
- 15. ESTADO
  - 15.1. Concepto de estado. Teoría
  - 15.2. Tipología de formas de estado
  - 15.3. Estado y gobierno
  - 15.4. Estado y sociedad civil
  - 15.5. Metodología para el estudio del Estado
  - 15.6. Estructura interna del Estado
    - 15.6.1. Sujetos sociales en el Estado
    - 15.6.2. Redes de relaciones sociales en el Estado
  - 15.7. El estado mexicano
    - 15.7.1. Organización y sistema político
    - 15.7.2. Proyectos políticos del Estado
    - 15.7.3. Consenso político
    - 15.7.4. Estudios específicos
- 16. GLOBALIZACIÓN
  - 16.1. Concepto de globalización. Teoría
  - 16.2. Efectos de la globalización
  - 16.3. Crisis económica y financiera
  - 16.4. Efectos sociales, económicos y políticos de la globalización
  - 16.5. Metodología para el estudio de la globalización
- 17. CONFLICTO POLÍTICO Y NEGOCIACIÓN POLÍTICA



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA-IZTAPALAPA  
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA  
PROYECTO  
CULTURA POLÍTICA EN MÉXICO  
CÓDIGO DE CLASIFICACIÓN DE INFORMACIÓN

---

- 17.1. Concepto de conflicto político y negociación. Teoría
- 17.2. Estudios de caso sobre conflicto político y la negociación política
- 17.3. Metodología para el estudio del conflicto político y la negociación política
- 18. RITUAL
  - 18.1. Ritual político
    - 18.1.1. Concepto de ritual político. Teoría
- 19. NACIONALISMO Y CULTURA NACIONAL
  - 19.1. Concepto de nacionalismo. Teoría
  - 19.2. Tipología de nacionalismos
  - 19.3. Historia del nacionalismo en México
  - 19.4. Concepto de cultura nacional. Teoría
  - 19.5. Estudios de caso sobre nacionalismo y cultura nacional
  - 19.6. Metodología para el estudio del nacionalismo y la cultura nacional.
- 20. MODERNIDAD Y CIUDAD
  - 20.1. Concepto de modernidad. Teoría
  - 20.2. Estudios de caso sobre la modernidad
  - 20.3. Metodología para el estudio de la modernidad
  - 20.4. Modernidad, tradición y contemporaneidad
- 21. DEMOCRACIA
  - 21.1. Concepto de democracia. Teoría
  - 21.2. Estudios de caso sobre la democracia
  - 21.3. Metodología para el estudio de la democracia
- 22. AUTORITARISMO
  - 22.1. Concepto de autoritarismo. Teoría
  - 22.2. Estudios de caso sobre autoritarismo
  - 22.3. Metodología para el estudio del autoritarismo
  - 22.4. Mecanismos de reproducción del autoritarismo
- 23. PERSPECTIVAS DE ANÁLISIS DE LA ACCIÓN POLÍTICA Y LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA
  - 23.1. Concepto de acción política y participación. Teoría
  - 23.2. Racionalismo/irracionalismo (cultura/medios-fines) en la acción política y en la participación
  - 23.3. Sujetos sociales, acción política y participación
  - 23.4. Metodología para el estudio de la acción política y la participación
- 24. ACTORES SOCIALES
  - 24.1. Concepto de actor social. Teoría
  - 24.2. Estudios de caso sobre actores sociales
  - 24.3. Metodología de estudio de actores sociales
- 25. CULTURA
  - 25.1. Concepto de cultura
  - 25.2. Estudios de caso sobre cultura
  - 25.3. Metodología para el estudio de la cultura
- 26. ELECCIONES
  - 26.1. Concepto de elecciones
  - 26.2. Estudios de caso sobre elecciones
  - 26.3. Metodología para el estudio de procesos electorales

**ANEXO III**

**MAPA DE LOS DISTRITOS ELECTORALES ESTUDIADOS**

# Secciones electorales estudiadas



Distrito local electoral X



Distrito federal electoral XIV

Distrito federal electoral XV



Distrito federal electoral XXVII

