



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

ANTROPOLOGÍA SOCIAL

RITO POLÍTICO: EN BUSCA DE UNA CURUL.

ETNOGRAFIA

QUE PARA ACREDITAR LAS UNIDADES DE ENSEÑANZA APRENDISAJE DE SEMINARIO DE
INVESTIGACIÓN E INVESTIGACION DE CAMPO
Y OBTENER EL TITULO DE

LICENCIADO EN ANTROPOLOGIA SOCIAL

PRESENTA

CÉSAR AUGUSTO MENDOZA ROJAS

COMITÉ DE INVESTIGACION

DIRECTOR: Mtro. Ricardo Falomir Parker

ASESORES: Mtro. Antonio Murga Frassinetti / Mta. Guadalupe Olivares Larraguibel

México, D. F. septiembre del 2003

Matricula: 96330982



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Rito político: en busca de una curul.

Etnografía

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

César Augusto Mendoza Rojas

Comité de Investigación

Director: Mtro. Ricardo Falomir Parker

Asesores: Mtro. Antonio Murga F. y Mtra. Ma. Guadalupe Olivares L.

México, D.F. Julio, 2003.

Matrícula: 96330982

Leonardo Sotomayor

ÍNDICE

A manera de presentación	1
CAPITULO 1	
1.- Política y antropología	5
1.2.- Definiciones de cultura política	7
1.3- La política del ritual	11
CAPITULO 2	
2.- Comités de campaña	15
2.1.- Quien integra el comité	16
2.2.- Contexto geográfico Delegación Tláhuac	18
2.3.- La estructura del comité en Tláhuac	21
2.4.- Estrategias de campaña	24
2.5.- Características del distrito electoral X	26
2.6.- Estructura del comité distrito X local, delegación Cuauhtémoc	30
2.7.- Retos y metas	32
2.8.- Estrategias de campaña	35
2.9.- Propuestas y perfiles de los candidatos	37
2.10.- Reflexiones	42
CAPITULO 3	
3.- Proselitismo	45
3.1.- Reuniones proselitistas distrito X local	47
3.2.- La gestión	54
3.3.- Visitas domiciliarias en Tláhuac	58
3.4.- Foros en Tláhuac	64
3.4.1.- Foro con mujeres	66
3.4.2.- Foro con pastores	69
3.5.- Cuando no asiste el candidato	71
3.6.- La gestión	74
3.7.- Reflexión	76
CAPITULO 4	
4.- Demandas ciudadanas	78

4.1.- Demandas en el distrito X local	80
4.2.- Demandas de espacios recreativos	84
4.3.- Demandas en la delegación Tláhuac	85
4.3.1.- Demandas de servicios	86
4.3.2.- Demandas sobre seguridad	92
4.3.3.- Demandas de espacios recreativos	93
4.4.- Reflexiones	95
Reflexiones finales	97
Bibliografía	101

A MANERA DE PRESENTACIÓN

La década de los años ochenta tuvo dos acontecimientos que marcaron a la sociedad mexicana, los cuales iniciaron cambios en el comportamiento cultural de los ciudadanos.

Uno de ellos fue el sismo de 1985, el cual dio origen a que la sociedad se uniera y ejecutara acciones solidarias, en ayuda de los que se vieron desprotegidos. Dicho suceso dejó al descubierto que el gobierno y las instituciones no estaban preparadas para una situación de desastre como la que se presentó.

El segundo evento que se vio marcado por el mencionado fueron las elecciones presidenciales de 1988, ya que fue aquí en donde se reflejó el cambio en el comportamiento, sobre todo en las votaciones, las cuales tuvieron un desenlace por todos conocido.

Estos acontecimientos fueron los que marcaron mi interés en la política, el primero debido a que tomé parte activa en la solución de problemas que afectaron la convivencia en la colonia en donde habito, lo cual me dio una idea de que debemos unirnos para lograr los objetivos que nos propongamos para mejorar nuestra comunidad.

El segundo evento sobre todo debido a que fue la primera ocasión en la cual participé de manera activa y consciente en la elección de un presidente de la república y decidir por que partido político depositar mi voto en las urnas.

Consecuentemente cuando me registre en la UAM a estudiar antropología y al estar efectuando el tramite de inscripción me aclaran que tengo tres opciones a elegir sobre los perfiles de investigación en la carrera, las cuales son: antropología cultural, antropología económica, y la que escogí sin pensarlo dos veces fue antropología política. Al paso de los trimestres al tener que escoger el proyecto en él que efectuaría mi trabajo de campo para cumplir la tesina. El que atrajo mi atención fue el presentado por el profesor Héctor Tejerá llamado "Cultura y Política en México". En el cual se observó la relación entre los ciudadanos y los candidatos

a diputados locales, federales y Jefes Delegacionales en el Distrito Federal, en los espacios en donde las expresiones políticas se manifiestan con mayor detalle las campañas electorales.

Los distritos electorales a los cuales dimos seguimiento fueron el distrito X local ubicado en la Delegación Cuauhtémoc, y la Delegación Tláhuac, junto a los candidatos locales y federales.

El tema de esta investigación es: analizar la interacción de los electores y los candidatos en la época de las elecciones. Desarrollando un marco de interacción donde se crean muchedumbres de electores que se reúnen con el candidato, por los eventos proselitistas, ya sea que se les anuncia su presencia, o debido a que se corre la voz de su aparición en la colonia que esta visitando.

Por lo que el análisis de las campañas proselitistas lo enfocamos en tres partes: organización de la campaña, proselitismo, y la gestión. Para plasmar una descripción del desarrollo de los eventos de campaña. Estas tres partes no son aisladas, sino que se articulan de forma tal que son indispensables en la organización de la campaña, y se encuentran muy integradas en el imaginario de los candidatos y de los ciudadanos, ya que son las que ha utilizado desde hace casi 60 años el Partido Revolucionario Institucional. Sólo que ahora el Partido de la Revolución Democrática ejecuta dichos eventos y en ocasiones algunos de los candidatos intentan darle un nuevo giro, lo cual mostraremos en las páginas siguientes.

El trabajo aquí presentado es antropológico, y la metodología utilizada fue el método etnográfico, llevando a cabo la observación participante para conocer los distritos electorales, entrar en contacto con los integrantes de los comités de campaña, y entrar en contacto con los electores; efectuar entrevistas informales tanto con el candidato, los integrantes de los comités de campaña y los ciudadanos, para comprender su imaginario de la política, lo cual se hizo en las

calles de los distritos electorales y en la casa donde se concentraba la organización de la campaña.

Los informantes que dieron vida a este trabajo fueron de manera muy significativa los integrantes de los comités de campaña, los propios candidatos: en el Distrito X local fue Francisco Saucedo, en la Delegación Tláhuac: Francisco Martínez Rojo, Gilberto Ensastiga, los cuales son conocidos entre los ciudadanos como: “luchadores sociales” los cuales aportaron de forma voluntaria y concientemente su “particular” visión de la política, en las conversaciones informales que tuvimos en el transcurso del trabajo de campo.

Debemos aclarar y mencionar que a lo largo del trabajo, citaremos y aludiremos como *candidatos* a los nombrados anteriormente, y a los informantes e integrantes de la comunidad electoral e integrantes de los comités de campaña como electores/ciudadanos.

El trabajo de campo se fraguó en el periodo que da el Instituto Federal Electoral, que es a finales del mes de abril y hasta el primer domingo de julio de 2000, junto con periodos de reflexión sobre el tema con el asesor del trabajo Héctor Tejera y los compañeros que participaron en el proyecto.

En donde los resultados del trabajo de campo fue una etnografía de las relaciones sociales que se observaron entre los electores y ciudadanos, además de apuntes y reflexiones de las experiencias vividas en los distritos electorales que dimos seguimiento.

En el primer capítulo realizaremos una breve introducción de donde surge el tema de la cultura política y revisaremos algunas de las definiciones que se han propuesto para el estudio del tema.

En el segundo capítulo, trataremos el tema de la organización de campaña y cual fue la manera en la cual se la organizaron y la distribución de los integrantes de la

misma. Lo cual nos acercará a comprender el imaginario político de los candidatos, así como hablaremos de las estrategias y retos de campaña que se fijaron como metas a lograr los equipos de campaña.

En el tercer capítulo, plasmamos una descripción de los eventos de campaña que se organizaron y se llevaron a cabo en los distritos electorales, pondremos énfasis en lo que creemos que es la forma en la cual se crea la masa que permite que se lleven a cabo estos eventos en la sociedad moderna.

Lo cual ilustraremos con ejemplos y los trataremos con teoría, que aborda el tema de la creación de las masas, con fundamentos basados en Serge Moscovici.

En el cuarto capítulo, nos encontraremos el tema de las demandas ciudadanas, de las cuales establecemos una clasificación de las que consideramos fueron las más repetitivas en el transcurso del trabajo de campo, y les daremos un tratamiento de relaciones horizontales y verticales que propone Larissa Adler Lomnitz.

También debemos aclarar que existen diferencias en los dos distritos que dimos seguimiento respecto a su situación urbana. El distrito X local, se encuentra enclavado en la Delegación Cuauhtémoc, la cual es una zona totalmente urbana. Mientras la Delegación Tláhuac es una zona semirural, pero en ambas delegaciones los problemas más comunes son los de regularización de predios en asentamientos irregulares, seguridad, entre otros.

1.- POLÍTICA Y ANTROPOLOGÍA

Con la aparición del libro *Civic Culture* de Almond y Verba(1963) se puso en boga el término *cultura política* en donde se buscó explicar las orientaciones políticas con respecto al sistema político basados en los resultados de cinco encuestas nacionales de tipo estratificado, una de ellas aplicada en México.

Se consideró a la cultura política como "las orientaciones políticas y las actividades hacia el sistema político"¹, las orientaciones fueron tres tipos:

1.- Parroquial- se da en sociedades poco diferenciadas donde las funciones políticas están insertas en otras instituciones sociales.

2.- Subordinada- es pasiva y se encuentra asociada a la presencia de regímenes autoritarios.

3.- Participativa- favorece la existencia de regímenes democráticos debido a los deseos de los individuos por ejercer sus derechos y obligaciones.

Los autores de esta clasificación sostenían que la cultura política bajo su expresión como cultura cívica influye en el carácter que adquiere un sistema político.

Sin embargo, en México los estudios de la política, algunos se han efectuado sobre la base del sistema arriba mencionado y la mayoría de una forma tangencial, abordando problemáticas que se pueden enmarcar en la antropología política. En la mayoría de los estudios plasmados es posible encontrar al menos menciones a los procesos electorales locales Existe una excelente revisión de Jorge Alonso² de los autores, los tiempos y características en que se han efectuado dichos estudios.

Es decir, los procesos políticos han ocupado una parte fundamental en los estudios antropológicos y de otras disciplinas, ya que es ahí en donde se observan

¹ Gabriel A. Almond y Sydney Verba, The civic culture: political attitudes and democracy in five nations, New Jersey, Princeton University, 1963, pág, 10, citado en Tejera Gaona, Héctor, No se olviden de nosotros cuando esté allá arribá, cultura de la política, campañas electorales y demandas ciudadanas en el distrito federal, tesis de doctorado en antropología, México, UIA, 1999.

² Alonso, Jorge, "la antropología y las elecciones en México", nueva antropología, Núm. 51, México, 1997.

las luchas de las facciones por alcanzar el poder (tanto de los partidos políticos, como de los candidatos) y la participación ciudadana aun cuando teníamos un sistema político unipartidista.

El interés que mostramos por los procesos políticos nos ha llevado a observar el espacio político que cambia dependiendo de las coyunturas político económicas, es cierto que se ha privilegiado los conflictos y la lucha de facciones y ahora la lucha de los partidos políticos que en el pasado eran locales y/o regionales a una disputa en el ámbito nacional.

A partir de las elecciones de 1988 los estudios realizados sobre la cultura política tomaron un giro de 180 grados, para pasar a estudiar el comportamiento de los electores, para ejecutar comparaciones de una elección a otra.

Por lo que consideramos que tiene más interés analizar los espacios políticos en donde se perpetran las campañas electorales para comprender cuáles son los elementos que constituyen la participación ciudadana, la de los candidatos y de los partidos políticos. Debido a que en las sociedades modernas estos eventos tienen una fecha programada los podemos caracterizar como un ritual político en donde los aspirantes a los cargos públicos tienen que pasar por una organización de campaña *ritualizada*, que ocupa un lugar ambiguo o fronterizo y disruptor del orden social.

Para comprender el fenómeno de la cultura política y los candidatos en México se debe tener en cuenta que antes de finales de la década de los años ochenta, se había vivido en un sistema unipartidista, sobre todo en el ámbito local y regional, lo cual cambio con las elecciones presidenciales de 1988.

Después de dichas elecciones federales, en donde se presentaron de manera más fuerte e importante los partidos políticos como el PAN y PRD (este último de reciente formación), cosa que no se desarrollaba antes y solo existía la lucha entre facciones del partido que adquiriría el poder en el país (Partido Revolucionario Institucional) para ver quién era el candidato oficial.

Para poder llevar a cabo nuestro análisis es necesario revisar algunas de las definiciones de cultura política que se han propuesto sobre la base de los estudios realizados en elecciones locales y algunos de forma tangencial.

1.2.- DEFINICIONES DE CULTURA POLÍTICA

En la búsqueda de entender la forma los sistemas del ejercicio y control del poder político y económico en las áreas rurales del México se han llevado a cabo estudios que tiene que ver con las mayordomías, los indígenas y sus formas de gobierno entre una gran variedad de temas los cuales tocan de forma tangencial la cultura política. Pero en época mas reciente sobre todo a finales de la década de los setenta se ha iniciado publicaciones que se enfocaban al tema de la cultura política.³

A partir de dichos trabajos en donde se proponen enfoques para la comprensión de la cultura política y por asociación definiciones que servirán para abordar el estudio del tema.

En la actualidad tenemos variadas definiciones de cultura política, y tal vez en los años que están por venir se propongan una gran cantidad más o reformulen algunas de la ya existentes, todo dependiendo del enfoque con que se pretenda abordar el estudio del tema.

Veamos algunas definiciones que se ha propuesto sobre la base de la problemática que presenta la relación entre la cultura y el sistema político y ver sus aportaciones y límites para afrontar la cuestión de la cultura política en las investigaciones de campo.

En sus inicios las definiciones de la cultura política son de los politólogos estadounidenses que fueron los que propusieron las primeras definiciones de cultura política, la que propone L. Pye que establece que la cultura política es:

³ Un excelente recuento de la antropología política se encuentra en Jorge alonso "la antropología y las elecciones en México", Nueva antropología, núm. 51, México, 1997.

“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. La cultura política abarca a la vez los ideales políticos y las normas de actuación de una comunidad política. La cultura política es, por tanto, una manifestación en forma conjunta de las dimensiones psicológicas y subjetivas de la política una cultura política es, a la vez el producto de la historia colectiva de un sistema político y de las biografías de los miembros de dicho sistema debido a lo cual sus raíces hay que buscarlas tanto en los acontecimientos públicos como en las experiencias individuales.”⁴

Para otros autores como Almond y Powell la cultura política es:

“La particular distribución de actitudes políticas, valores, sentimientos, información y destrezas. Así como las actitudes de la gente que afectan lo que deben hacer, la cultura política de una nación afecta la conducta de los ciudadanos y líderes en todo el sistema político.”⁵

Estas definiciones nos muestran algunos de los elementos que contienen las definiciones y como se ha elaborado sobre la base del sistema político de una nación así como los elementos simbólicos que intervienen en el sistema político en particular si bien es cierto que en las primeras definiciones fueron hechas por politólogos, en nuestro país algunos de los precursores en su estudio ya han introducido en las definiciones elementos antropológicos, tal es el caso de Esteban. Krotz que la definió así en 1985:

⁴ Lucian W. Pye citado en: Tejera Gaona, Héctor, No se olviden de nosotros cuando esté allá arribá, cultura de la política, campañas electorales y demandas ciudadanas en el distrito federal, tesis de doctorado en antropología, México, UIA, 1999.

⁵ G. Almond y G. Powell, Comparative Politics Today: a word View, Boston, Little, Brown, 1984, Pág. 37, citado en Tejera Gaona, Héctor, No se olviden de nosotros cuando esté allá arribá, cultura de la política, campañas electorales y demandas ciudadanas en el distrito federal, tesis de doctorado en antropología, México, UIA, 1999.

“El universo simbólico asociado al ejercicio y las estructuras de poder o, mejor, los universos simbólicos asociados a los ejercicios y estructuras de poder.”⁶

Es cierto que los antropólogos mexicanos se han ido interesando más en los procesos electorales. Lo cuál le ha dado al concepto una antropologización que se muestra en definiciones más elaboradas, tomando en cuenta la representación antropológica de cultura y emplean definiciones construidas sobre la base de determinadas corrientes teóricas tal es el caso del que nos ocuparemos ya que creemos como afirma Geertz la cultura es:

“Esencialmente un concepto semiótico. Creyendo con Max Weber que el hombre es un animal inserto en tramas de significaciones que él mismo ha tejido, considero que la cultura es la urdidumbre y que el análisis de la cultura ha de ser, por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones. Lo que busco es la explicación interpretando expresiones sociales que son enigmáticas en su superficie.”⁷

Es decir, que para ayudarnos a entender la cultura política debemos de descubrir las redes de significados que se imprimen y se utilizan en las manifestaciones en donde se llevan a cabo las elecciones de aspirantes a cargos públicos. Un concepto de cultura política que nos ayuda comprender el fenómeno político es la de Roberto Varela que la define como “el conjunto de signos y símbolos que afectan a las estructuras de poder.”⁸

⁶ Krotz, Esteban, “Hacia la cuarta dimensión de la cultura política”, Iztapalapa, México, UAM Iztapalapa, núm. 3, enero diciembre.

⁷ Geertz, Clifford, la interpretación de las culturas, Barcelona, Gedisa, 1987.

⁸ Varela Roberto, “Los estudios recientes sobre “cultura política” en la antropología social mexicana”, Pág. 140, en Esteban Krotz (coord.), El estudio de la cultura política en México, México, CNCA/CIESAS, 1996.

Como se ha observado en las definiciones anteriores nos permite tener algunos enfoques de las practicas que se originan en la cultura política mexicana y con ello descubrir cuales son las tendencias de los partidos políticos sobre cuáles son los métodos que estos eligen para tener un acercamiento con los ciudadanos y de alguna forma diferenciarse de los demás partidos.

Sin embargo, es conveniente enfatizar que aun en la época coyuntural que está viviendo el país las prácticas políticas que se encuentran arraigadas en la cultura política mexicana son actitudes y acciones que están prendidas en la población en general y también en los partidos políticos.

Por lo que nos proponemos entender que las campañas políticas son un espacio privilegiado para observar y comprender la cultura política en México, ya que es ahí en donde se reproduce el sistema político.

Como los procesos electorales son cruciales y de importancia en el estudio de la cultura política debemos observarlos como “un espacio de negociación más que un terreno de lucha del poder político con reglas bien definidas”⁹, para poder comprender el comportamiento de los electores, candidatos y partidos políticos.

Debemos buscar cuál es el lugar de las campañas políticas en el sistema político mexicano y comprender cuáles son sus características. Lo que proponemos es seguir el funcionamiento de las campañas en los niveles de diputados locales y jefes delegacionales en el Distrito Federal, para percibir su esencia. Analizándola como un rito de paso de los candidatos políticos ya que esto se encuentran en la posibilidad de proponer y aceptar negociar su posición ante los electores, por tal motivo las campañas están diseñadas para que se tenga contacto con los militantes del partido y seguidores del candidato, y de manera tangencial atraer la mirada de los votantes aislados.

⁹ Gómez Tagle, 1993, citado en Esteban Krotz, “aproximaciones a la cultura política mexicana como fenómeno y como tema de estudio”, en El estudio de la cultura política en México, E. Krotz (coord.), México, CNCA/CIESAS, 1996.

Lo anterior basado en la trayectoria del candidato y sobre todo en su capacidad de negociación ante las instituciones y los electores, por lo cual las campañas las dividimos en dos partes que creemos que no se encuentran divididas sino entrelazadas y son parte fundamental de espacio político.

1.3.- LA POLÍTICA DEL RITUAL

El sistema político mexicano tiene un gran arraigo en las prácticas de los eventos de campaña, que logró institucionalizar el Partido Revolucionario Institucional. Basadas en un sistema político unipartidista, en donde en muchas de las ocasiones en regiones o municipios la contención por parte de los otros partidos como el PPS, PDM, PAN entre otros era nula o escasa, la pugna era al interior del PRI, lo que dio como consecuencia que las campañas fueran organizadas en sus prácticas de una forma ritualizada.

La manera en la cual se entiende el ritual es como lo manejan los Lomnitz en su artículo “El fondo de la forma: la campaña presidencial del PRI en 1988”, en donde considera que “las campañas ocupan *–como los famosos rite de passage* explorados por Van Genneph y desarrollados teórica y sustancialmente por Victor Turner- lugares ambiguos, fronterizos y potencialmente disruptores en el orden social.”¹⁰

Estos autores analizan la campaña ritualizada sobre la base de tres elementos:

- A - culmina el poder del presidente saliente, con lo cual se crea un vacío de poder
- B - genera un proceso de renegociación de posiciones en el interior del PRI y del gobierno, proceso que debe ser exitoso para garantizar la continuidad del sistema
- C - la sucesión del PRI es riesgosa, porque se puede provocar una escisión interna en el partido.

¹⁰ Lomnitz, Larissa y Claudio Lomnitz e Illya Adler, “El fondo de la forma: la campaña presidencial del PRI en México en 1988”, Nueva antropología Núm. 38, México, 1990.

Las campañas funcionan como una fragmentación y reorganización de las relaciones sociales y posiciones de poder. Ya que la gran mayoría de las actividades de campaña son dirigidas a tener encuentros con los militantes/simpatizantes del partido y candidato, para negociar el apoyo y la solución de los problemas de los electores, a cambio de votos en las urnas. Es decir, como lo manifiestan los Lomnitz “Todos los actos de campaña expresan conflictos, alianzas y soluciones de conflictos de manera simbólica.”¹¹

Es de esta forma en la cual nos apoyamos para presentar las campañas de los candidatos a diputados locales, federales, y jefes delegacionales, como campañas ritualizadas, es cierto que no tiene un presupuesto tan grande como una campaña presidencial, pero ayudan a que el sistema político funcione, ya que son un reflejo de lo que acontece en la macro campaña.

Los eventos que nos tocó vivir en las elecciones del año 2000, nos llevaron a considerar que las campañas son eventos rituales. Se realizan en etapas, que se encuentran ligadas entre sí, cada uno de los eventos es una representación de una negociación entre los electores y el candidato.

Veamos cuáles son las etapas que consideramos para decir que es un rito las campañas. En Partido de la Revolución Democrática, debido a que proviene de una ruptura de una de las partes del PRI, tiene como algunos de sus características la forma en la cual eligen a los candidatos a representantes por los puestos a diputados, (locales, federales, etc.), este trámite lo han hecho más transparente ante los ojos de los ciudadanos.

Un segundo ciclo es la organización de la campaña, en donde el candidato dependiendo de su acercamiento con el comité ejecutivo del partido obtiene

¹¹ Lomnitz, Larissa y Claudio Lomnitz e Illya Adler, “El fondo de la forma: la campaña presidencial del PRI en México en 1988”, Nueva antropología Núm. 38, México, 1990.

asesores de experiencia que le ayuden a organizar los eventos de campaña, y busca la ayuda de los ciudadanos a los cuales considera más cercanos y se forma el comité de campaña.

Una etapa más es cuando se realizan los eventos proselitistas en el distrito electoral, el cual llevan a cabo los recorridos, reuniones, foros entre los militantes /simpatizantes del partido, y en ocasiones ante los ciudadanos aislados.

En estas fases la organización gira en cuanto a dos ejes: 1.- reuniones con los militantes del partido, los cuales se llevan a cabo por invitación de los simpatizantes o por la organización de la campaña, como parte del programa de campaña. 2.- se discuten problemas que afectan a las comunidades que integran el distrito electoral, en donde se negocia el apoyo que puede otorgar el candidato a la solución de los mismos. Esta negociación esta marcada por el apoyo que pueden otorgar los militantes al candidato en el proselitismo electoral con los ciudadanos que no lo conocen y en las urnas el día de las elecciones.

Estas campañas anteriormente eran sólo un mero tramite, ya que en la gran mayoría de las ocasiones el candidato del PRI era el ganador de las elecciones, ahora después de 1988, se tiene una competencia más amplia y se ha realizado modificaciones en la forma en la cual se plasman y en la organización de los eventos proselitistas.

Lo que consideramos el cuerpo del ritual político son los eventos proselitistas, que es la arena en donde se realiza el acercamiento elector/candidato. Otra parte son las demandas en que se le informa al aspirante de las solicitudes o problemas que tienen los votantes.

Consideramos que es un ritual de la política, ya que anteriormente se realizaba como una confirmación de que el candidato presentado por el PRI era el *seguro* ganador. Así mismo sirve como un ritual regulador, debido a que los ciudadanos tienen la oportunidad de manifestar sus inconformidades, sus quejas o demandas

a los candidatos, y estos se sirven para con estos datos formular sus agendas de trabajo cuando ocupan el puesto por el cual compitieron.

Las campañas de forma ritual, sirven para enfatizar 1.- la ideología del partido político; 2.- los logros del candidato, mas allá de proponer un esquema de trabajo y 3.- un foro para discutir los problemas que tienen los electores, que van desde cuestiones personales, pasando por aquellas que afectan a su comunidad hasta de carácter nacional.

Este ritual político, permite establecer una comunicación con los dos actores sociales importantes de una sociedad en cuanto a su sistema político: los candidatos y los electores. El aspirante al puesto público por su parte refirma su posición social de ser un intermediario del sistema, y reafirma la identidad del partido ante los militantes y ciudadanos.

Los electores buscan lograr tener más contacto con las instituciones gubernamentales y una forma es tener contacto con el candidato.

Las campañas, también son un espacio de reflexión de los problemas sociales que tiene el país en cada una de sus regiones.

Lo que revigoriza al ritual político son los eventos proselitistas, los mítines, las reuniones de trabajo, las visitas domiciliarias, estos actos son lo que le dan la identidad al grupo, significan la forma en la cual se integra a la masa electoral y discute los problemas y la lucha por la vida.

Esta fundamentado en tener un líder, de prestigio, aquel que ha logrado una gran cantidad de gestiones, que le enorgullecen a él, pero también al grupo partidario del cual forma parte.

Ahora con la aparición de un partido político como el PRD que ha alimentado las esperanzas de la muchedumbre. El ritual político se convirtió en un rito reparador, ya que fue concebido como una manifestación hacia el interior del grupo, para darle cohesión a la multitud, es donde se manifiesta el prestigio del líder, y la integración de la masa al todo.

observamos cómo diversos partidos y partidarios operan y manipulan creencias místicas de diferentes clases para servir a sus intereses.

Max Gluckman

2.- COMITES DE CAMPAÑA

Las campañas del PRD (Partido de la Revolución Democrática) engloban parte de la arraigada relación que se establecía entre los ciudadanos y el Partido Revolucionario Institucional (PRI), ya que en ellas se utilizaron estrategias que tienen las características de este instituto político. Como es la de estar subordinada al apoyo de los militantes, simpatizantes y organizaciones que se ubican en los distritos, ya que muchos de sus afiliados al partido provienen del PRI. Se siguen utilizando las organizaciones que existen en las colonias y que simpatizan con el partido político.

Debido a que no cuenta con una gran institucionalización en la organización de las campañas, en ocasiones los alcances para efectuar las actividades proselitistas, quedaron en manos de los comités de campaña que cada candidato forma a su alrededor, lo cual es importante para el desarrollo de la campaña la trayectoria del candidato.

Uno de los espacios que nos muestra el tipo de organización de la campaña, y el de proselitismo que se establece, es: la formación de los comités de campaña ya que en este lugar y en la forma de su instauración, así como quien lo integra nos expone la forma particular de la visión que tienen de la política, los candidatos y sus coordinadores de campaña.

Ilustra también la cohesión que tiene el partido en cuanto a sus reglas para realizar el proselitismo entre sus militantes y los ciudadanos, y la estructura que tiene el partido en todos los distritos electorales.

Iniciaremos la descripción de los comités de campaña de los candidatos a los cuales dimos seguimiento en sus actividades proselitistas.

2.1.- QUIEN INTEGRA EL COMITÉ

Las personas que constituyen el comité de campaña, son aquellas que han trabajado en la gran mayoría de las situaciones con el aspirante al cargo público. En ocasiones pertenece a una organización que dice se identifica con el partido (en este caso con el PRD), o que está interesada en que se le resuelva un problema o se le ha solucionado alguno.

Por lo cual realiza ciertas labores en el equipo de campaña. En la gran mayoría de los casos desempeñan labores de doblar y organizar los folletos que se repartirán en los recorridos, visitas domiciliarias, pegan los carteles en los postes y pregonan la ayuda que les ha proporcionado el candidato entre los ciudadanos.

a) Integrantes del comité de campaña

Los simpatizantes que integran los comités en su mayoría oscilan en la edad de los 25 años hasta los 50 años, y prácticamente todos casados, con una proporción de uno a uno de mujeres y hombres. Son parientes (primos hermanos, cuñados) y también los une el lazo de la amistad. El motivo por el cual colaboran con el candidato es como ellos mismos lo comentan “estamos aquí porque creemos en el cambio y creemos que el cambio lo podrá lograr el PRD.”^{12*}

En su mayoría los ciudadanos que colaboran con el partido ya sean como brigadistas o encargados de organizar la estructura del comité ha recibido asesoría o ayuda para resolver algunos problemas que tenía como arreglo de escrituras, poda de árboles, desazolve de drenaje, entre otros.

¹² Coordinador de campaña, mayo 16 de 2000.

* Estas notas son tomadas del diario de trabajo de campo, en lo sucesivo las indicaremos como la nota anterior.

Es destacable que, además, en su gran mayoría, todos estos colaboradores esperen recibir algo, ya sea por parte del partido o del candidato, y debido a esto algunos ya tienen bastante tiempo apoyando y colaborando con el candidato. Una de las actividades principales que realizan los militantes y simpatizantes, es el trabajo de convencer a la masa electoral de votar por este instituto político.

Hay otro tipo de brigadistas, que también han recibido los favores mencionados, pero a diferencia de los que anteriores, estos reciben un salario, por quincena y por el tipo de trabajo que realizan en el interior de la campaña, y el sueldo es de acuerdo al tiempo que le dedican a la campaña.

“La cantidad de los honorarios es variable dependiendo de si es brigadista o coordinador, los brigadistas perciben la siguiente cantidad 1000 pesos colaborando de tiempo completo y 500 pesos por medio tiempo (a la quincena), existen personas que perciben una cantidad un poco mayor debido a la antigüedad que tiene colaborando con el candidato; los coordinadores reciben un ingreso más alto, debido al puesto que tienen dentro del partido.”¹³

b) Coordinadores de campaña

Es una característica interesante, que en los casos de los distritos electorales que observamos su organización y eventos proselitistas, el personal encargado de la coordinación general y del proyecto de campaña fue reubicados de otro lugar.

En el caso del distrito diez local electoral el encargado de toda la coordinación trabajaba con uno de los líderes de la delegación Iztapalapa.

Por la estrecha relación entre el candidato a la diputación local y el líder de Iztapalapa, así como su cercana relación con la dirigencia del partido en el Distrito Federal, fue que se materializó este tipo de traslado.

¹³ Junta con brigadistas, mayo 8 de 2000.

En el caso de la zona electoral de Tláhuac el coordinador del candidato a jefe de la delegación y su comité, son los que llevaron la batuta de toda la organización de la campaña, y él nos comenta en donde ha trabajado, y por qué está colaborando con este candidato. Nos comenta lo siguiente: “he sido coordinador de López Obrador durante un tiempo en Tabasco y fue él quien le pidió que fuera coordinador del candidato a jefe delegacional en Tláhuac, al cual ya conocía, pues los dos fueron fundadores del Partido del Trabajo y han trabajado juntos en algunos lugares como Tabasco y Chiapas”.¹⁴ En este caso, la formación del equipo de campaña, se llevó por iniciativa de los miembros que apoyaron al candidato a Jefe Delegacional.

Como se observa existe una diferencia entre la gente que es la que realiza el trabajo de proselitismo, la cual tiene una relación de digamos “clientelismo” con los candidatos por las gestiones que ha hecho para su beneficio, sea por el entorno inmediato como su colonia o personal.

2.2.- CONTEXTO GEOGRAFICO DELEGACIÓN TLÁHUAC

LOCALIZACIÓN.

El 27 Distrito Electoral Federal, se encuentra ubicado al sureste del Distrito Federal con una extensión territorial de aproximadamente 373.75 km², colindando con:

Al norte con del Distrito Electoral Federal con la Delegación Iztapalapa

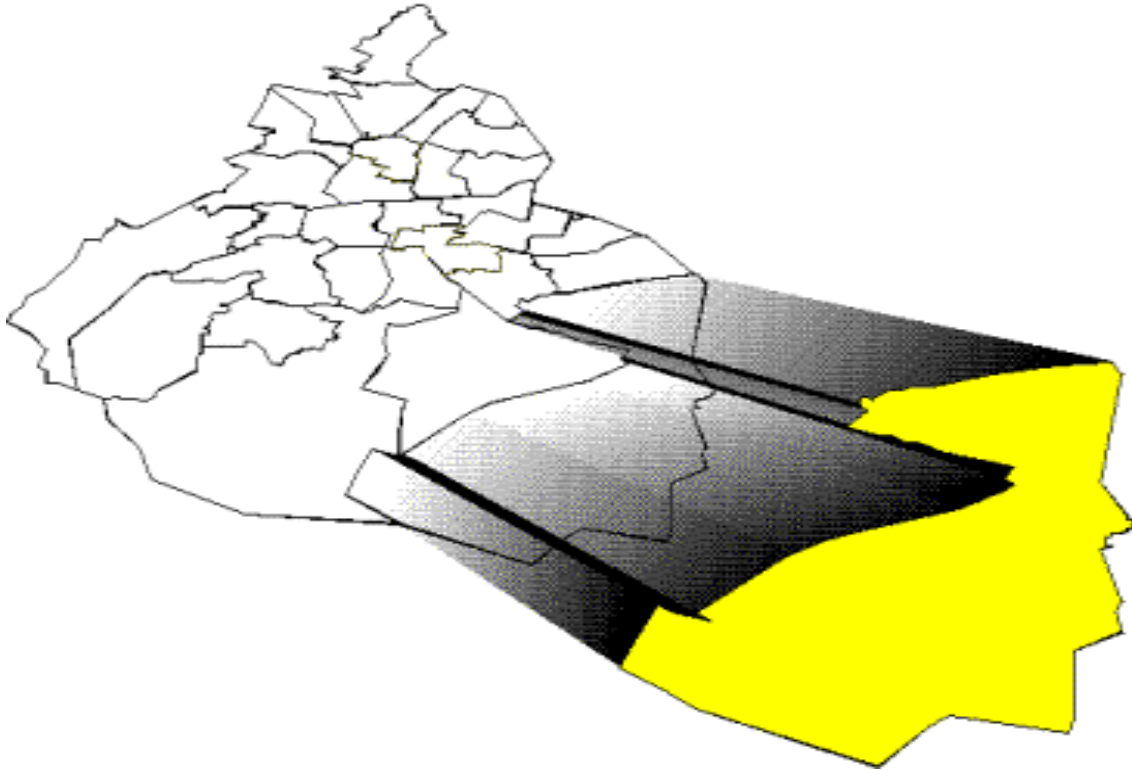
Al sur con el estado de Morelos (Municipios de Tepoztlán y Tlanepantla)

Al oriente con el estado de México (Municipios de Valle de Chalco, los Reyes la Paz y Juchitepec)

Al poniente con los Distritos Electorales Federales 25 y 28 (Delegaciones Iztapalapa y Xochimilco respectivamente).

¹⁴ Coordinador de campaña, junio 15 de 2000.

DISTRITO 27 ELECTORAL



DESCRIPCIÓN GEOGRÁFICA-ELECTORAL DEL DISTRITO

El 27 Distrito Electoral Federal se integra territorialmente con las delegaciones del Gobierno del Distrito Federal en Milpa Alta y Tláhuac, con una superficie de 288.41 (19.2%) y 85.34 (6.7%) km² respectivamente, con relación al total del Distrito Federal.

Electoralmente este Distrito esta integrado por 177 secciones electorales; 44 en Milpa Alta y 133 en Tláhuac; sus localidades se consideran de tipo urbano, en virtud de los servicios públicos y de las vías y medios de comunicación con que cuentan para su desarrollo precisando que una gran parte de su territorio esta formado por sierras y zonas agrícolas.

PUEBLOS DE TLÁHUAC

los pueblos que integran esta delegación son:

San Juan Ixtayopan

Santiago Zapotitlán

San Francisco Tlaltenco

Santa Catarina Yecahuitzotl

San Nicolás Tetelco

San Andrés Mixquic

Y San Pedro Tláhuac que es la cabecera delegacional además de las colonias, barrios y unidades habitacionales ubicadas en estos pueblos.

La delegación cuenta con vías de comunicación que garantizan un acceso eficaz para trasladarse por ella; contando también con 13 rutas de autobuses urbanos que corren desde las cabeceras delegacionales a diversos puntos de la ciudad y estaciones del metro, asimismo operan siete rutas de transporte concesionado que comunican entre sí a los poblados mencionados anteriormente.

VÍAS DE COMUNICACIÓN

Las principales vías de comunicación son Av. Tláhuac, Av. Canal de Chalco Av. La Turba, Eje 10 sur y parte de la autopista México Puebla, es importante mencionar el servicio que prestan organizaciones que operan redes de bici taxis en las colonias y áreas comerciales de la Delegación.

PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS.

Asimismo es significativo referir que la economía en este distrito se basa principalmente en, la agricultura, el comercio, el transporte concesionado, y la pequeña industria entre otras. Lo cual se precisa en los siguientes apartados.

a).- La zona industrial se encuentra básicamente en las colonias: Los Olivos, La Nopalera y Miguel Hidalgo de la delegación de Tláhuac.

b).- El área comercial la localizamos principalmente a lo largo de la Av. Tláhuac y en las zonas centrales de sus pueblos, en cuanto a Milpa Alta este se encuentra concentrado en los poblados de San Pedro Atocpan y Villa Milpa Alta.

c).- La agricultura se ubica en la periferia de las poblaciones de cada una de las dos delegaciones.

d).- El transporte concesionado que se desplaza por toda la región.

e).- Otras actividades diversas como son prestadoras de servicios, empleados federales etc.

2.3.- LA ESTRUCTURA DEL COMITÉ EN TLÁHUAC

Describiremos la forma en la cual se estructuraron los comités, y se repartieron el trabajo en diversas áreas, esto dependiendo de la cantidad de gente con la que contaba cada candidato. Por lo cual lo siguiente es una descripción de la estructura de organización que tiene formalmente una comisión de campaña. Iniciaremos con el comité de los candidatos de Tláhuac, en donde los tres candidatos de alguna manera llegaron a un acuerdo (lo cual no sucedió en el otro distrito en el cual seguimos las actividades proselitistas), para realizar actividades de forma conjunta y debido a lo cual solo se formó un equipo de campaña, y ésta es su organización:

“Organización territorial- Coordinar y ordenar 38 áreas vecinales en las que está dividido el territorio de la delegación Tláhuac, con el fin de impulsar comités de enlace esto es que los ciudadanos interesados en promover la candidatura, los militantes del partido y con todos aquellos ciudadanos que

en los recorridos, foros y reuniones con sectores que manifiesten su interés por dar apoyo a las candidaturas.

Finanzas y Logística- Están unidas pero cada una tiene su objetivo.

La de Finanzas buscó el apoyo de empresas o ciudadanos que deseaban dar sus servicios o capital en apoyo a las campañas, se tuvo contemplado una cena baile para recaudar dinero.

El área de Logística fue para mantener una comunicación o integración en todas las comisiones, dar ciertos materiales y conformar a cada grupo con cada acción de trabajo.

Imagen y Propaganda- Se encargó de cómo y en dónde se hicieran las propagandas, cómo se manejaron las imágenes y presentaciones de los candidatos, el eslogan que se manejo para la campaña, la pinta de bardas y la selección de los medios de comunicación y difusión donde se dieron a conocer a los candidatos.

Análisis- fueron los encargados de recaudar propuestas de los candidatos para resolver algunos problemas de Tláhuac, analizar las propuestas y programas que se impulsarían para dar una forma diferente de propuestas de Gobierno.

Electorales- Se encargaron de obtener datos mediante una encuesta sobre la que ya estaban trabajando antes de que se reunieran los comités. En esta encuesta se obtuvieron los datos de la problemática de Tláhuac, las preferencias por unidades (sobre que partido prefieren), los datos que se lograron ayudaron a reforzar y buscar más la manera de cómo hacer que la gente los acepte cómo opción para el puesto al que contienden. También se consiguieron las estadísticas de la conformación de cada sección y con cuánta gente cuenta que apoye al PRD, con esto se dan puntos estratégicos para saber cómo hacer su campaña dependiendo del área que corresponda.”¹⁵

¹⁵ Reunión de las tres campañas, abril 18 de 2000.

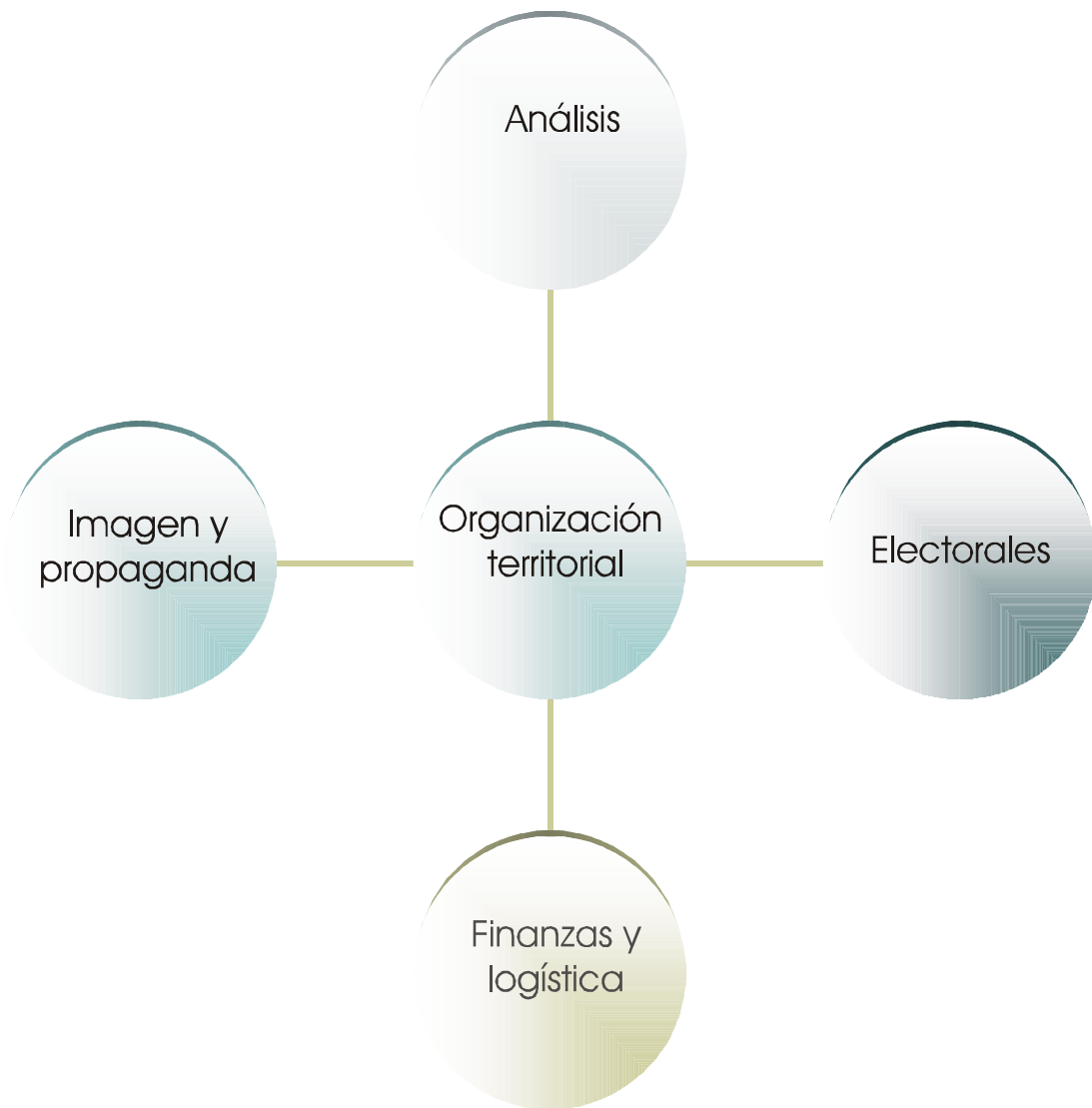


DIAGRAMA DEL EQUIPO DE CAMPAÑA DE LOS CANDIDATOS DE LA DELEGACIÓN TLÁHUAC

Así es como se conformó y distribuyó el trabajo del Comité de Campaña, de los candidatos de la delegación de Tláhuac.

Los integrantes del equipo de campaña del candidato a Jefe Delegacional, son los que se encuentran al frente de los subequipos que forman la estructura organizativa del equipo de trabajo. Los otros candidatos, se sumaron a este equipo, debido a que o no cuentan con una organización sólida, o no tienen

suficientes seguidores o militantes que le sirvan de apoyo para organizar la campaña.

Es por esta situación que los recorridos y eventos proselitistas se organizaron de forma conjunta y al parecer de común acuerdo. Podríamos suponer, por una parte, que este tipo de organización le da más fuerza a su imagen de cada candidato y la del partido, en contra de sus adversarios políticos de los demás partidos.

2.4.- ESTRATEGIAS DE CAMPAÑA

Por la gran cantidad de carteles, pinta de bardas y reparto de dípticos, se piensa que las campañas cuentan con una gran cantidad de recursos, tanto humanos y financieros, consecuentemente con un gran diseño de estrategia de campaña, y que esto debería repercutir en las urnas el día de la votación. Pero esto no es así, debido a que los recursos financieros y humanos, casi en todas las campañas, son por decirlo de alguna forma austera.

Esto trae como consecuencia que las estrategias se organizan con las mencionadas visitas domiciliarias, mítines, pinta de bardas. En donde, en ocasiones las visitas domiciliarias son cumplidas por invitación de los vecinos para formalizarle alguna petición al candidato, y otras veces se organizan por medio de los coordinadores y militantes que trabajan en el comité de campaña.

En la delegación Tláhuac, la campaña inició desde los últimos días del mes de abril, con lo cual se planearon varios foros, que sirven para conocer los problemas, propuestas y concebir un análisis de la propuesta de gobierno que propondría el candidato. La comisión encargada de la cuestión electoral elaboró un informe de los resultados que arrojaron las encuestas que se confeccionaron para conocer la preferencia de los electores en esta zona electoral, y a partir de los resultados organizar la estrategia de campaña. Los datos son los siguientes:

“El PRD tiene una preferencia del 37 por ciento, 21 por ciento el PAN y el PRI 10 por ciento, realizadas en un porcentaje del 1.7 del total de electores.”¹⁶

¹⁶ Junta de comisiones, abril 25 de 2000.

Con los datos anteriores se organizaron y detectaron las colonias en donde se posee mayor aceptación por parte de los ciudadanos, y los lugares donde no se tiene una gran preferencia, es en estos sitios donde se realizó un mayor refuerzo de la imagen del candidato y del partido. También sirvió para conocer la cantidad de ciudadanos que apoyan al PRD y adecuar la estrategia, dependiendo del tipo de lugar del que se trate, y hacer que la ciudadanía acepte al partido y al candidato como una opción, para el puesto por el cual se contiende.

Se organizaron foros los cuales se planearon para realizar una consulta y análisis sobre los retos de un gobierno democrático. En los foros se intentó reunir a militantes, simpatizantes y ciudadanos. Se llevaron a cabo con jóvenes, para que expongan sus problemas; con mujeres, para encontrar las necesidades de ellas en Tláhuac.

Se organizó también una “brigada especial” la cual siempre se encontró cerca del candidato durante toda la campaña, y fueron los encargados de repartir los volantes, otro grupo llamado “la avanzada”, el cual se adelantó al candidato, tocando puertas para que los ciudadanos salieran a saludar al candidato.

En esta campaña se utilizó los recorridos y visitas domiciliarias, la carrera de “luchador social” que tiene el candidato y la gestión como tácticas para que los electores conozcan al candidato y se presenten las propuestas del mismo.

Continuaremos la descripción del Comité de Campaña del candidato a diputado local por el distrito X en la Delegación Cuauhtémoc, iniciaremos con la descripción del territorio electoral.

2.5.- CARACTERÍSTICAS DEL DISTRITO ELECTORAL X

Se ubica en la Delegación Cuauhtémoc, con 151 secciones electorales, que corresponden: de la 4586 a la 4703, la 4706, de la 4708 a la 4712, la 4714, de la 4716 a la 4730, la 4759 y de la 4821 a la 4830.

Población total estimada 211,784. Desviación poblacional 1.56%.

SUS COLINDANCIAS SON LAS SIGUIENTES:

Al norte: con los Distritos V y VII que se ubican en las Delegaciones Azcapotzalco y Gustavo A. Madero respectivamente; Al sur: con el Distrito XIII que se ubica en la Delegación Cuauhtémoc; Al este: con el Distrito XI que se ubica en la Delegación Venustiano Carranza; Al oeste: con el Distrito IX que se ubica en la Delegación Miguel Hidalgo.

LA DESCRIPCIÓN DE SU PERÍMETRO ES:

Inicia en el punto noroeste del distrito, en la intersección que forman el talud del Ferrocarril Central y la Av. Río Consulado, por la que continúa con rumbo noreste, por todas sus denominaciones (Paseo de Las Jacarandas, Circuito Interior), hasta la Glorieta de la Raza donde retoma el nombre de Av. Río Consulado (Circuito Interior), sobre esta última se dirige con rumbo general sureste, por todas sus Inflexiones, hasta la Av. Ferrocarril Hidalgo (Eje 1 Oriente), por la que continúa con sus diferentes Nombres (Av. Boleo y Av. del Trabajo) con rumbo suroeste, hasta la Av. Héroe de Granaditas, por la que prosigue con rumbo noroeste, por sus diferentes denominaciones (Av. Rayón, Eje 1 Norte), hasta La Av. Lázaro Cárdenas (Eje Central), de donde prosigue con rumbo suroeste, hasta la Av. Hidalgo, sobre ésta continúa con rumbo noroeste, hasta la Av. Puente de Alvarado, por la que sigue con el mismo rumbo, hasta la Av. Ribera de San Cosme, continúa por ésta con rumbo noroeste, hasta la Av. Instituto Técnico Industrial (Circuito Interior), sobre ésta se dirige con rumbo noreste, hasta la Av.

Río Consulado (Circuito Interior), de donde continúa con rumbo noreste, hasta la intersección que forman la Av. Río Consulado (Circuito Interior) y el talud del Ferrocarril Central, que es el punto de inicio.

PRINCIPALES VÍAS DE COMUNICACIÓN

PRIMER ORDEN

Avenida de los Insurgentes Norte

Avenida Paseo de la Reforma-Calzada de Guadalupe

Avenida Ribera de San Cosme

Circuito Interior (Avenida Río Consulado-Paseo de Las Jacarandas-Instituto Técnico Industrial)

Eje Central (Prolongación Lázaro Cárdenas)

Eje 1 Norte (Héroe de Granaditas-Rayón-Mosqueta-José Antonio Alzate)

Eje 1 Poniente (Avenida Guerrero)

Eje 2 Norte (Canal del Norte-Manuel González-Profesora Eulalia Guzmán)

SEGUNDO ORDEN

Avenida Ricardo Flores Magón

Calzada Vallejo

Juventino Rosas-Platino

Lerdo

ASPECTOS ESTADÍSTICOS

Población estimada: 187 693

Padrón Electoral: 159 993

Hombres: 74 388

Mujeres: 85 605

Lista Nominal: 151 497

Hombres: 70 312

Mujeres: 81 185

.

ASENTAMIENTOS HUMANOS

BARRIOS 1

Tepito (comprendido dentro de la colonia Morelos)

UNIDADES HABITACIONALES 3

Cohuatlán (comprendida dentro de la colonia Guerrero)

Crisantemo (comprendida dentro de la colonia Atlampa)

Nonoalco Tlatelolco

COLONIAS 12

Atlampa

Buenavista (compartida con el distrito XIV)

Ex Hipódromo de Peralvillo

Guerrero (compartida con el distrito XIV)

Felipe Pescador

Maza

Morelos (compartida con el distrito XIV)

Peralvillo

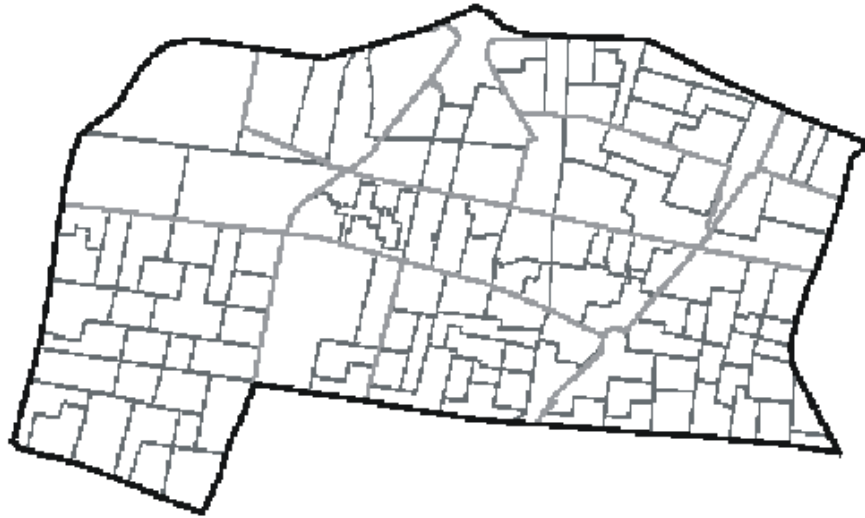
San Simón Tolnáhuac

Santa María Insurgentes

Santa María La Ribera, Valle Gómez

DISTRITO ELECTORAL LOCAL X

DELEGACIÓN CUAUHTEPEC



- Límite de distrito
- Límite de unidad territorial
- Límite de sección

2.6.- ESTRUCTURA DEL COMITÉ DISTRITO X LOCAL, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC

El otro distrito electoral en donde realizamos el seguimiento, fue con el candidato a diputado local por el distrito X local.

Que de forma diferente a la delegación Tláhuac, los candidatos de esta zona electoral no realizaron proselitismo de forma conjunta (salvo en algunas ocasiones realizaron recorridos juntos los tres candidatos, por el distrito X local, distrito 8 federal y Jefe Delegacional).

Esto debido a que existía cierta discordancia en cuanto a la forma de trabajar de cada uno de los candidatos, ya que cada uno de los mismos viene de organizaciones diferentes, y, por consiguiente, tienen intereses distintos, lo cual provoca tres equipos de trabajo para realizar el proselitismo de campaña. Debido a lo anterior solo realizamos el seguimiento de uno de los candidatos, a continuación describiremos la estructura del aspirante a diputado local por el distrito X local en la delegación Cuauhtémoc:

“Equipo coordinador- El cual quedó encargado de sistematizar todos los otros equipos.

Finanzas- Llevo las cuentas de los fondos con que contó la campaña, divididas en finanzas propias, de los partidos (debido a que este candidato fue parte de una coalición de partidos) y los donativos solidarios que aporten los ciudadanos.

Propaganda y brigadas- Creó el tipo de imagen y eslogan que se utilizó en los dípticos, también coordinó las brigadas de propaganda.

Equipo de capacitación- se encargó de realizar los preparativos y capacitación de los simpatizantes que se encontraran en las casillas el día de la elección.

Coordinación y representantes por colonias- tuvo la misión de encontrar representantes por las trece colonias que conforman el distrito.

Responsable de zona- fueron los representantes de cada colonia, que se dividieron en zonas dependiendo la extensión de la colonia y la organización territorial del partido, es decir, si cuenta con las llamadas casas de atención ciudadana y simpatizantes.

Promotores de voto- se intentó tener una lista de los promotores, para que buscaran la cantidad de simpatizantes que se necesitan para ganar el distrito, aproximadamente calcularon captar 4500 ayudantes de campaña.”¹⁷



EQUIPO DE CAMPAÑA CANDIDATO A DIPUTADO LOCAL DISTRITO X

¹⁷ Casa de campaña, mayo 19 de 2000.

Lo anterior es la estructura formal del equipo de Campaña en el distrito X local y la forma en la que se dividieron el trabajo para lograr la meta de llevar a los aspirantes al cargo público ante los militantes y ciudadanos, y que se manifieste en el día de las votaciones en las urnas.

2.7.- RETOS Y METAS

Cuando se representa este tipo de acontecimiento social, es obvio que el objetivo principal es ganar, por el partido y el candidato (sobre todo). Por lo cual, en estos equipos se trazan retos y metas, estos dependen del tipo de campaña que se proyecte. Aunque en la mayoría de los casos estas se van (re)definiendo durante el transcurso de la campaña, y no todas las metas y retos llegan a cumplirse.

Creo que debido a los planteamientos que se hicieron en la organización, y en los recorridos que se idearon se presentan ciertas dificultades que no se contemplaron. Otro factor importante es que casi en su totalidad, los recorridos, mítines, reuniones vecinales, se concibieron y programaron para los militantes del partido. Algo que se debe destacar es que no se preocupan en llamar la atención de los ciudadanos aislados (aquellos que no pertenecen a organizaciones afiliadas al partido, es decir, un ciudadano común). No se pensaron los eventos para abarcar más ciudadanos.

En la organización de los eventos se utilizan las organizaciones que tiene el partido en los territorios electorales (casas de atención ciudadana) y militantes/simpatizantes, lo cual hace pensar que los retos y metas planteadas, deberían estar asegurados (debido a que se efectúa entre simpatizantes y militantes del partido, el llamado “voto duro”).

En el caso del distrito X local se pusieron retos y metas a lograr en el transcurso de la campaña proselitista, estas son:

Retos a lograr en la campaña	Metas a lograr en la campaña
<p>Delegación Cuauhtémoc</p> <p>1- 13 colonias. 134 secciones. 124 secciones del distrito 8 Federal. 267 casillas. 801 representantes de casilla 27 representantes generales.</p> <p>2- 155 mil electores. 9 secciones perdidas en 1997 7 secciones ganadas con menos de 50 votos. 34 secciones ganadas con 51 a 100 votos.</p>	<p>1- Ganar el distrito para el Partido de la Revolución Democrática y la Alianza por la Ciudad de México.</p> <p>2- Contar con 45 a 80 mil votos, es decir, del 33% al 53% de la votación posible.</p> <p>3- Cubrir un 90% de la estructura del candidato.</p> <p>4- Articular las diferentes fuerzas del distrito X local.</p> <p>5- Posicionar la imagen y propaganda del candidato al distrito X local.</p>

Estas metas y retos que se tenían y se esperan lograr con el tipo de organización y la estrategia planeada para esta campaña. Este es el ideal que se imaginó, pero en el funcionamiento cotidiano resultan los conflictos y los obstáculos para llevar a cabo los retos y metas planeadas.

Estos retos no se cumplieron, debido a que no se logró encontrar a los representantes de las 13 colonias como se proyectó. De hecho solo se contó con emisarios en dos colonias y por medio de los módulos de atención ciudadana de la diputada saliente.

Además, no se realizaron recorridos por todas las colonias que integran el distrito electoral. Esta preocupación se la manifestaron los militantes que apoyan al candidato, a lo que él respondió: “la campaña está diseñada de forma tal, que en un principio se analizó los lugares en los cuales se tiene mayor presencia, en

donde existe mediana presencia y donde no la hay, sobre la base de las estadísticas de las elecciones de 1997, debido a lo cual las visitas se emprenderían a la brevedad posible, y no es que no sé esté trabajando”¹⁸.

Lo cierto es que dichas visitas no llegaron como lo mencionó el candidato, era casi mitad del tiempo de proselitismo marcado por el Instituto Federal Electoral, y no se llevaban más de 5 visitas. Motivo por lo que no fue posible cubrir los retos y metas que se pusieron.

En una medida, para intentar que el candidato estuviera presente entre los electores y como no se encontró representantes de todas las colonias, se contrataron “edecanes” para que promocionen el voto, debido a que no se adhirieron representantes de colonias como Tlatelolco, Ex-hipódromo Peralvillo, Atrampa, Buenavista Felipe Pescador, entre otras.

Se planeó lograr los retos de la siguiente forma: cada simpatizante debe convencer a 10, en forma de cadena para que se fortalecieran las bases del partido, realizar proselitismo entre el “voto duro”, y si se puede convencer a otras personas. Usar las redes con las que cuenta el partido en el distrito electoral, para que funcionen como promotoras del voto, entre los vecinos, ya que es más fácil porque se conocen los vecinos y saben los problemas que tienen sus respectivas colonias.

Pero no se logró, es posible por motivos como que el equipo de trabajo sólo organizó responsabilidades de oficina, no salieron a buscar a los representantes que se requerían para la campaña en su propia colonia, creyeron que llegarían solos a la casa de campaña, lo cual no pasó y, por consiguiente, no se lograron las metas.

¹⁸ Darles ánimo y convivir con brigadistas, mayo 19 de 2000.

2.8.- ESTRATEGIAS DE CAMPAÑA

En el distrito X local, los integrantes del Equipo de Campaña plantearon una estrategia de proselitismo diferente con respecto al los candidatos de Tláhuac.

Fue la siguiente, nos la comenta el candidato Francisco Saucedo*: “es posible que se realicen visitas domiciliarias, sin una propaganda de pega de carteles por todas partes, se buscará detectar los lugares en donde se cuente con una representación importante, y reforzar los lugares en los cuales no se cuente con esta presencia, efectuando estas cuestiones sobre la base del contacto que se tiene con las organizaciones que existen en las secciones del distrito electoral, y con las brigadas del sol.

Otra estrategia es mencionar a los candidatos por la presidencia y la del jefe de gobierno, debido a que en la medida de que estos estén con una presencia constante entre los ciudadanos, los candidatos (incluyendo locales y federales) como él contara con audiencia entre los electores”.¹⁹

Como parte de la estrategia de campaña en el distrito X local, también se tomaron en cuenta los datos de los resultados de la elección de 1997, para detectar las secciones en las cuales se tuvo poca presencia y reforzarlos.

También se intentó encontrar encargados de las 13 colonias que tiene el distrito electoral, y dividirlos en secciones dependiendo de la gente que represente a la colonia y trabaje con el equipo de campaña.

En reuniones que se efectuaron con los comisionados de las colonias, como la Morelos y Santa María la Ribera, el coordinador de campaña les comenta, y explica la estrategia a seguir: “en el caso de la colonia Morelos se deben conseguir, al alza aproximadamente 12,000 votos, a la media 10,000 y la baja 8,000 votos.

* en lo sucesivo lo llamaremos candidato(s), a este y a los de la Delegación Tláhuac.

¹⁹ Candidato ha diputado local, mayo 3 de 2000.

La forma de conseguir esta cantidad de votos es tomar en cuenta, la cantidad de brigadistas que se necesitan por cada sección en la que se encuentra dividida cada parte del distrito, es decir, que cada brigadista debe de conseguir dos más y esos dos, otros cuatro. Esta es la forma es en la cual será dividido todo el distrito”.²⁰

Pero debemos señalar algunos puntos en cuanto a la campaña, uno: es que se inicio tarde la campaña, es decir, aun en la segunda semana de mayo no se tenían definidas las estrategias, y los preparativos de proselitismo.

Por lo que una parte del plan de proselitismo fue llevar la promoción del candidato desde las bases del partido, y utilizar la casa de atención ciudadana que se tienen en el distrito para tener contacto con los militantes.

El segundo punto a destacar es que se cambió de domicilio la casa de campaña, y eso creemos afectó el desarrollo del funcionamiento del equipo de la forma en la cual se tendría contacto con los militantes y simpatizantes del partido.

Tercer punto no se creyó conveniente realizar visitas domiciliarias y pegas de carteles en todas las colonias del distrito en cuestión.

Estos tres puntos nos refieren a que por tales motivos la campaña no tuvo un gran impacto entre los electores y los simpatizantes del partido.

Como observamos las campañas se organizan en torno a las visitas domiciliarias. Estas se consideran efectivas y permiten que los candidatos lleguen a un mayor número de ciudadanos, para que conozcan personalmente al candidato. Pero también existe otra posibilidad de realizar el proselitismo y no lo comenta un coordinador de campaña: “la otra manera de lograr que los ciudadanos conozcan al candidato es a través de los medios de comunicación masiva, sobre todo de la televisión, pero debido a que es muy caro y el presupuesto de las campañas es muy poco, tenemos que optar por la estrategia de las visitas domiciliarias”.²¹

²⁰ Estrategias de campaña, mayo 11 de 2000.

²¹ Coordinador de campaña, mayo 16 de 2000.

En el desarrollo de las visitas, los candidatos utilizan otras dos estrategias que no se bosquejaron, al menos en las reuniones con los integrantes del Comité de Campaña pero es muy probable que estuvieran implícitas, en el proyecto de organización. Una de ellas es tener un discurso que se puede llamar *ad hoc*, como estrategia del candidato al realizar su presentación ante los ciudadanos y que estos se identificaran con él, como es el discurso utilizado por el candidato a la delegación Tláhuac y es el siguiente: “Soy originario de Tláhuac, tengo 33 años viviendo en la colonia Miguel Hidalgo y sé los problemas de esta delegación.”²²

En el caso del candidato a diputado por el distrito X local realiza el siguiente discurso: “Él candidato vive en un barrio como el de ellos (los vecinos), en la colonia guerrero, que ha participado en las luchas de predios, en su colonia y su participación en la reconstrucción de viviendas, después del sismo de 1985”.²³

La segunda estrategia, que está implícita, debido a que la trayectoria de los candidatos, es en su gran mayoría de “luchadores sociales”, es la gestión, como una parte importante de relación e identificación por parte del candidato y ciudadanos.

2.9.- PROPUESTAS Y PERFILES DE LOS CANDIDATOS

La información que contienen los dípticos va desde la trayectoria de los candidatos, hasta sus propuestas, pero se pone hincapié en las gestiones que ha realizado, y las propuestas para la zona electoral.

En la gran mayoría de las ocasiones se utiliza una frase para promover al candidato, las propuestas pasan a un segundo término. Debido a que los ciudadanos, no reflexionan ni plantean una comparación entre las propuestas de los candidatos de los diferentes partidos. Esto puede ser también debido a que los electores simpatizan con el candidato, ya que les ha ayudado a solucionar algunos problemas que tenían en la colonia o en su unidad habitacional o incluso

²² Visita domiciliaria, mayo 2 de 2000.

²³ Reunión vecinal, mayo 23 de 2000.

personales, por lo que la gestión es muy importante recalcarla en los dípticos que se repartirán en la campaña proselitista.

A continuación presentamos algunos de los dípticos que se utilizaron en las campañas que dimos seguimiento.



¿Quién es Francisco Saucedo ?

- Licenciado en Filosofía y Letras, vecino de las colonias Guerrero y Buenavista desde 1977.
- Derivado de los sismos de 1985, el 2 de Octubre encabeza ante el Presidente de la República la comisión que solicita la expropiación de los predios dañados y un programa urgente de reconstrucción de viviendas.
- En 1989 año en que se fundó el PRD es nombrado miembro del Consejo Nacional y del Comité Ejecutivo del D.F.
- De 1991 a 1994 funge como Diputado Federal en la LV Legislatura, presidiendo la Comisión de Distribución y Manejo de Bienes de Consumo y Servicios de la Cámara de Diputados. Durante esta LV Legislatura presentó una reforma para elevar a rango constitucional el derecho a la alimentación, que hasta el día de hoy ha sido impedida por el PRI y el PAN.
- Desde diciembre de 1997 a febrero del 2000 es nombrado Subdelegado Jurídico y de Gobierno en la delegación Cuauhtémoc, buscando elevar el nivel profesional y el trato igualitario ante la ley, basado todo esto en el respeto, el diálogo y la negociación en los asuntos políticos y sociales de la delegación.
- Su lucha y trayectoria política está ligada en la defensa de los intereses populares a través de organizaciones sociales, no gubernamentales con la cual busca garantizar su responsabilidad, profesionalismo y servicio al cargo de representación al que aspira.

Diez Propuestas para el Distrito X

Toda acción de Gobierno(legislativa, ejecutiva y judicial) debe sustentarse en la participación ciudadana, y orientarse a defender los derechos humanos como valor supremo en la responsabilidad pública.

I. Participación Social y Ciudadana.

Crear la Defensoría del Ciudadano que vigile la adecuada relación del gobierno con los habitantes de la ciudad y el ejercicio del gasto público en todos los niveles, incluso el legislativo y judicial.

II. Pleno Ejercicio de la Soberanía de la Ciudad de México.

Creación del estado 32 de la federación. Elaboración de la Constitución Política de la Entidad. Conversión de las delegaciones en municipios con cabildos electos. Consulta sobre el Centro Histórico de la Ciudad de México.

III. Elevar el contenido ético en el Servicio Público.

Combate a la corrupción a través del Servicio Público de Carrera. Simplificación de la reglamentación administrativa. Transparentar procedimientos involucrando a la población. Descentralización de funciones a las delegaciones y a los barrios, inclusive.

Folleto del candidato al X distrito local

IV. Presupuesto Equitativo con Participación Ciudadana.

Ley de Coordinación Fiscal del Distrito Federal para una distribución justa y equitativa del gasto público en las delegaciones.

Presupuestos delegacionales con participación y sanción ciudadanas, en desarrollo social, equipamiento urbano y servicios públicos.

V. Seguridad Pública y Procuración de Justicia.

Restitución del mando pleno del Jefe de Gobierno sobre la policía y la procuraduría de justicia y de las funciones plenas a la policía en labores preventivas y de vigilancia.

Supervisión y participación ciudadana en las labores de prevención y seguridad a través de un órgano de control y atención a la demanda de los habitantes.

VI. Desarrollo Social.

Profundizar la atención a los niños, los ancianos, las mujeres y los discapacitados, para combatir la desigualdad económica, la discriminación por razones de edad, género, preferencia sexual, raza o creencia religiosa. Coordinar las labores en materia de salud, educación, cultura, recreación deporte, vivienda y trabajo.

VII. Desarrollo Económico.

Reorganizar y estructurar el sistema de distribución de bienes y servicios, y un sistema de abasto popular. Facilidades fiscales para incentivar las actividades artesanales y productivas de carácter familiar y de micro empresa. Creación de una banca estatal para otorgamiento de créditos a actividades agrícolas, industriales y de servicios, preferentemente de carácter social.

VIII. Desarrollo Urbano.

Recuperar el papel planificador de la autoridad que concilie la participación ciudadana con las necesidades de desarrollo, y el marco jurídico de las convenciones internacionales en donde participa México. Orientar la planeación urbana y la obra pública para la revitalización de los barrios de la Ciudad de México.

IX. Servicios Públicos.

Evitar duplicidades y garantizar eficiencia de los servicios públicos en materia de salud, educación, cultura, recreación, deporte y seguridad pública, descentralizando funciones a las delegaciones para beneficio de barrios y colonias.

X. Equipamiento urbano y Obra Pública.

Reasignación de presupuesto público a las delegaciones de acuerdo a índices deficitarios en materia de equipamiento urbano y servicios sociales, garantizando la participación social, privada y de organismos no gubernamentales.

Obligación de la autoridad de crear un padrón público de proveedores para la licitación pública, que transparente la participación de las empresas.

FOLLETO DEL CANDIDATO X DISTRITO LOCAL

Lo que nos muestra esta parte del díptico es que se pone de manifiesto lo ya comentado, la trayectoria del candidato y en este caso las propuestas que tiene el candidato para el distrito electoral por el cual compite, en este caso el Distrito X local. Las cuales en este caso son diez las cuales se proponen para mejorar el

entorno en el cual se encuentra ubicado, que es en la Delegación Cuauhtémoc, así como lo económico y social referente a la seguridad y garantizar los servicios públicos en el área del distrito.

I. UN GOBIERNO DE, POR Y PARA LOS HABITANTES DE TLÁHUAC.

- * Garantizar el Estado de Derecho y la justicia social, sin distinciones.
- * Un Gobierno con participación ciudadana y vocación de servicio público.
- * Consulta ciudadana para lograr el consenso en las prioridades sectoriales.
- * Administración honesta, eficiente y de austeridad republicana.



III. DEFENSA DEL MEDIO RURAL Y AMBIENTAL DE TLÁHUAC.

- * Garantizar el desarrollo rural integral en Tláhuac.
- * Promover la tecnificación y modernización en los cultivos.
- * Reciclamiento de las aguas residuales de tipo terciario. Incrementar la red de riego.
- * Recuperación de la Sierra de Santa Catarina, el Parque Los Olivos, la Ciénega de Tláhuac, la zona chinamera y las tierras de cultivo.
- * Programa parcial para la reubicación de asentamientos irregulares en suelo urbano.



II. POR UN DESARROLLO INTEGRAL DE TLÁHUAC.

- * Mediante el combate a la indignante pobreza y la miseria extrema.
- * El mejoramiento de la infraestructura urbana, equipamiento y servicios.
- * Oportunidades de inversión productiva y empleo.
- * Cooperativas y microempresas para jóvenes, mujeres y adultos mayores.
- * Una demarcación bien comunicada.



IV. PRESUPUESTO DIGNO Y PARTICIPATIVO.

- * Una administración clara de los recursos asignados.
- * Respuesta a la creciente demanda de las necesidades sociales.



FOLLETO DEL CANDIDATO A LA DELEGACIÓN TLÁHUAC

V. SEGURIDAD PÚBLICA Y PROTECCIÓN CIVIL.

- * Difusión de las garantías constitucionales, y la forma de defenderlas.
- * Atención de quejas, sobre seguridad pública, procuración y administración de justicia.
- * Consolidar y ampliar los avances en la protección civil.



VI. MEJOR CALIDAD DE VIDA.



- * Elevar el nivel educativo y fomentar a la cultura cívica.
- * Extender el servicio médico institucional.
- * Erradicación de la discriminación de género.
- * Fortalecer la participación política de las mujeres y los jóvenes.
- * Fomentar la cultura del deporte y una buena administración de los espacios.

VII. DEFENSA DE NUESTRAS RAÍCES, COSTUMBRES Y TRADICIONES CULTURALES.

- * Promoción de los jóvenes en el deporte, la educación, la recreación, la salud y la capacitación para el empleo.
- * Atención nutricional, cultural y de salud, para los adultos mayores.
- * Apoyos en alimentación, atención médica, rehabilitación, educación especial y empleo adecuado, para las personas con necesidades especiales.



- * Rescate del patrimonio histórico prehispánico; del valor patrimonial de los siete Pueblos; respeto a los usos y costumbres tradicionales; remozamiento y dignificación de los inmuebles históricos.
- * Difusión cultural de las tradiciones y culturas populares regionales, estatales, nacionales y universales.
- * Procurar espacios y modalidades adecuadas para la recreación.

**Por una administración TRANSPARENTE,
de IGUALDAD y BIENESTAR para
TLÁHUAC**

FOLLETO DEL CANDIDATO A LA DELEGACIÓN TLÁHUAC

También en el caso de la Delegación Tláhuac se utilizó un folleto de propaganda muy semejante, en el cual se incluyen las propuestas de gobierno que maneja el candidato a esta demarcación electoral, con un énfasis en las tradiciones que tiene la comunidad, debido a que como es una zona semirural, tiene varios barrios en su territorio, motivo por el cual se tienen tradiciones culturales que vienen desde la época prehispánica.

Además de proponer planes de gobierno en lo referente a la seguridad, y un desarrollo integral de la Delegación de Tláhuac, lo que incluye lo económico, lo social y la creación de una estructura urbana que provea los servicios públicos.

2.10.- REFLEXIONES

Observamos que se dan ciertas similitudes en los equipos y la forma en la cual se dividieron el trabajo en ambas estructuras, aun cuando tienen diferentes denominaciones el fin es semejante. Son tres grandes semejanzas y son: en las finanzas, en el diseño de la propaganda y lo relacionado con los electores.

En las finanzas, es para saber con que capital se cuenta y la forma de distribuirlo en los gastos que se generen y también la forma de crear ingresos.

Los encargados de la imagen y propaganda diseñan los dípticos y las frases de la campaña. El otro rubro donde existe similitud es la forma en la cual se organizó y dividió el territorio electoral, el fin es el mismo que se tiene en Tláhuac: la organización territorial. La idea de la organización es dividir el distrito en pequeñas zonas, al parecer depende de la organización con la que cuenta el partido en cada una de las zonas electorales, así como del contacto del candidato.

Es también a partir de esta distribución organizadora de donde se formuló el programa de las propuestas del candidato, se tomarán acciones para realizar la propaganda que se repartirá entre los electores, y el esquema de trabajo proselitista, este último consistirá en visitas domiciliarias, reuniones con organizaciones, mítines, en la zona electoral de Tláhuac.

El equipo de Tláhuac, tiene características interesantes. Una es que se concibieron con bastante tiempo las actividades y la planeación de las visitas domiciliarias, muy posible que esto fuera para utilizar al máximo el tiempo de proselitismo que marca el Instituto Federal Electoral (IFE), y lograr que el candidato estuviera presente ante los electores.

Otra es que se desarrollaron actividades como una encuesta para conocer la preferencia de los ciudadanos, y los foros para conocer los problemas de la delegación. La encuesta creemos que indujo a que los recorridos se iniciaran en las colonias donde no se contaba con una presencia importante del partido.

En el equipo del Distrito X local, la estrategia fue desarrollar redes, en las cuales se utilicen las casas de atención ciudadana que tiene la diputada que dejó el cargo, así como involucrar a los ciudadanos que simpatizan con el partido y el candidato a que se integren en la campaña.

También intentaron analizar los datos de las elecciones de 1997, para identificar los lugares que se necesitaban reforzar por no contar con una presencia importante creemos que del partido y del candidato y fortalecer los sitios donde ya existe la presencia, por lo cual la campaña intentó posicionar el voto a favor del partido.

Algo que nunca explicaron a los simpatizantes que se involucraron en la campaña, y que nosotros definimos como el enfocar una nueva visión del partido hacia los ciudadanos, es probable que se tratara de buscar que las bases del partido se expresaran de una forma participativa, por lo cual podemos definir esta estrategia de campaña, en palabras del propio candidato: “la búsqueda de votos desde las bases”²⁴.

Las tácticas que se utilizan en la mayoría de las campañas del Partido de la Revolución Democrática, se basan en las visitas domiciliarias.

También tiene un importante elemento en común, alinear los dípticos (en los cuales se tiene la información de las propuestas de gobierno y la trayectoria del candidato) con los que usaron las dos macro campañas a la jefatura del Distrito Federal y la presidencia del país, por lo que todos los folletos son totalmente semejantes.

²⁴ Candidato ha diputado local distrito X local, mayo 3 de 2000.

Una estrategia que no se menciona pero se encuentra implícita y es muy importante en las campañas, es la gestión como una parte importante que se desarrolla entre los militantes y los candidatos, es una forma para que el candidato esté presente entre los militantes, simpatizantes y ciudadanos.

Además de que tener un contacto cara a cara, con alguien, a quien se le asigna cierto poder, ayuda a encontrar una solución a los problemas que afectan a su colonia, o problemas de tipo personal.

...pero el buen político no trata de reformar la realidad...
...sino de aprovecharla y trabajar con ella...
...hace miles de obras de calidad pero, pero nunca
habla de ellas...

Carlos Fuentes

3.- PROSELITISMO

El Partido Revolucionario Institucional implementa las visitas domiciliarias, reuniones de trabajo o foros con los ciudadanos, como estrategias de campaña para que los candidatos estuvieran presentes entre los electores y simpatizantes del partido político. Con la separación de una facción importante del PRI y la fundación del Partido de la Revolución Democrática, sus candidatos utilizan la misma propuesta de proselitismo pero con algunas variantes, dependiendo de candidato. El proselitismo que realizan los candidatos a cargos públicos, se da entre los simpatizantes y militantes (llamado “voto duro”) del partido.

En el seguimiento de las visitas domiciliarias, observamos los elementos que caracterizan el comportamiento político y es a través de la acción y el discurso. Se crea una relación entre el candidato y electores, en la cual ambos buscan obtener beneficios. Los candidatos incidir en la decisión de los ciudadanos para captar la mayor cantidad de votos. Los ciudadanos obtener el acceso y la distribución de los bienes sociales (pavimentación de calles, drenajes, hasta favores personales, etcétera.).

Una de las características de la gran mayoría de los candidatos es que tiene una relación “clientelar” con los ciudadanos y algunas organizaciones que se identifican con él y el partido.

Es decir, le ha ayudado a resolver problemas personales, o que afectan a la comunidad, por lo que la relación es de forma horizontal y vertical.

Se consideran una correlación “clientelar” debido también a que en las campañas priístas les otorgaban gorras, lápices, utensilios de cocina, como parte del proselitismo. Ahora con el PRD la relación no ha cambiado mucho, solo es que se han dejado de otorgar dichos regalos, pero el nexo entre candidato y elector, sigue siendo la gestión y solución de problemas que afectan a los ciudadanos.

En el proselitismo se desarrolla una relación de mayor acercamiento entre los partidos políticos y los ciudadanos, el conducto por el cual se efectúa esta relación son los candidatos.

Los aspirantes a puestos públicos tratan de lograr una identificación con los ciudadanos, tanto para incidir en el voto, como para que los ciudadanos se identifiquen con el partido.

El proselitismo, sobre todo en las épocas de elecciones de diputados, senadores y presidente de la república, es una forma en la cual se mantiene unido a los simpatizantes, también se intenta captar más ciudadanos hacia el partido y propagar la ideología del partido político.

Es a través de los eventos de propaganda del candidato, la manera en la cual los partidos pueden lograr extender su ideología y crear una identidad partidaria. Puede ser de dos formas: 1.- Una a través de los medios de comunicación masiva (prensa, radio, TV), 2.- de la cual nos ocuparemos en el presente trabajo, el proselitismo de campaña de los candidatos a diputados locales, federales.

Por la cuestión de que consideramos que son los que se acercan más a los electores, ya que no utilizan un gran equipo de seguridad y son conocidos por los ciudadanos, y se logra un mayor acercamiento con los vecinos.

Iniciamos con la descripción de los eventos proselitistas que efectuó el candidato a diputado local en distrito X, en la delegación Cuahitémoc.

3.1.- REUNIONES PROSELITISTAS DISTRITO X LOCAL

La campaña del candidato a diputado local por el distrito X local se inició con una serie contratiempos; por ejemplo en la primera semana del mes de mayo aún no se definía con claridad cuál iba a ser la estrategia de campaña, y se cambió de ubicación la casa de campaña, lo cual retrasó la planeación de los eventos proselitistas.

Después de que se hicieron invitaciones de trabajo con gente que apoya al partido en las colonias que integran este distrito local, para realizar el proselitismo de campaña.

Las reuniones de trabajo como las podemos llamar tuvieron como característica, que se efectuaron principalmente por invitación de los ciudadanos que simpatizan con el PRD y con el candidato.

Es decir, estos eventos no los podemos considerar como una estrategia de campaña, debido a que se organizaron más por presión de los simpatizantes, para que se tuviera contacto con el candidato, que por hacer un proselitismo de campaña entre los electores.

Una de las primeras invitaciones al candidato a visitar a sus simpatizantes fue con el motivo de festejar el día de las madres en una unidad habitacional del barrio de Tepito y estos son los acontecimientos:

“El festival es en el multifamiliar que se encuentra en la calle de libertad, en el lugar se encuentran algunos carteles del candidato, y en una pequeña zona de uso común de los edificios del multifamiliar se realiza el evento. Con alrededor de veinte personas, en su mayoría madres de familia, en una mesa se encuentran algunos regalos que se rifaran entre las Madres asistentes (el día anterior la organizadora del evento le pidió al candidato el dinero para la compra de dichos objetos), como planchas, una vajilla, tostadores, y comida.

En su discurso hace una mención de la importancia de que los vecinos se conozcan y relacionen, ya que esto tiende un lazo de amistad y seguridad en el barrio. Refiriéndose a lo que se puede hacer en una candidatura comentó: que existen cosas que no se pueden solucionar como candidato y que no le pidan peras al olmo, refiriéndose al tipo de cosas que él puede realizar y que se ayudará a canalizar la ayuda y no promete con cosas que no puede cumplir, de llegar a la diputación él estará para servirles, y que si es de su agrado que voten por él.

Los vecinos responden y realizan las siguientes peticiones: desazolve del drenaje, un peritaje en los edificios para ver en que condiciones se encuentra, le piden impermeabilizante para los departamentos del ultimo nivel y vigilancia en la zona. El candidato responde que le solicitará ayuda al subdelegado de obras de la delegación, ya que es un amigo, que ocupa el cargo de subdelegado jurídico en la delegación Cuauhtémoc, para que le ayude con el desazolve. A la petición del peritaje hace mención que no se puede comprometer y que en el Instituto Politécnico Nacional se realizaron estudios para los edificios de Tlatelolco y es posible que se pueda conseguir para estos edificios. En cuanto al impermeabilizante dice que no se puede comprometer a dárselos pero va a comunicarse con algunos conocidos de la delegación y en cuanto a la seguridad va a canalizar la demanda. Asimismo se compromete a llevar estas peticiones con quien corresponda y las atienda.”²⁵

Este tipo de reuniones, que se efectuó él candidato, se llevó a cabo con los simpatizantes del aspirante a la diputación y del partido, más que entre electores en general, aunque no faltaron los que se enteraron de la visita del candidato y acudieron a conocerlo.

²⁵ Proselitismo de campaña, 12 de mayo de 2000.

Las reuniones giraron sobre dos tópicos: 1.- El tema de la petición de demandas por parte de los electores y simpatizantes, 2.- El otro fue la aclaración por parte del candidato sobre el quehacer de un diputado (o legislador).

Ilustraremos el primer tópico, la cuestión de las demandas que realizaron los ciudadanos al candidato.



VISTA A VECINOS EN LA COLONIA MORELOS

“En el evento están reunidas 15 personas, la mayoría madres de familia y algunos niños. Una vecina del conjunto habitacional le explica sobre la situación en la que se encuentran los vecinos, con respecto al predio, le muestra documentos que dan constancia de los tramites que han seguido para regularizar su situación (de manera de que el candidato entienda que es una petición para que les ayude en los tramites). La organizadora del evento, también se integra a la plática y le muestra otros documentos que se refieren a lo mismo. El candidato responde que, debido a que ya se tiene

algo avanzado el trámite, lo que se tiene que hacer es darle seguimiento para que se tramiten las escrituras y se regularice el predio, en las oficinas de la regularización de la tierra.

La organizadora invita a los vecinos a que realicen sus peticiones o comenten sus problemas, ahora que los visita el candidato, es la oportunidad de dar seguimiento a las demandas de los ciudadanos. Por consiguiente, algunos de los vecinos presentes inician con sus peticiones. Una señora pide ayuda para que la Compañía de Luz y Fuerza les atienda un problema que tienen en un edificio con los medidores de la luz ya que no tienen protección y puede ocurrir un accidente por las lluvias. El candidato promete darle seguimiento. Otro vecino se anima y le dice que debido a que la constructora de los edificios se ahorró los conductos de la luz estos están sólo enterrados en el piso y que en época de lluvias se quedan sin luz y tienen que llamar a la Compañía de Luz y Fuerza, a cada rato. Nuevamente el candidato se compromete a buscar una solución que les ayude.”²⁶

Las reuniones que se acordaron entre simpatizantes, tanto del partido, como del candidato (en todas las reuniones se autonombbran perredistas) el asunto de las gestiones o demandas, fue lo que caracterizaron a los eventos, y estas peticiones y demandas que tiene que ver con su comunidad y cuestiones de la regularización del predio que se habita.

“La reunión es en la unidad habitacional conocida como la Fortaleza, con 35 personas, las cuales le hicieron la petición de que les ayude a regularizar el predio y obtener las escrituras. También que se realice una reglamentación en cuanto a los vendedores ambulantes que existen en la zona, debido al difícil acceso de los servicios de emergencia como los bomberos o ambulancias (solicitudes hechas por un vecino, pero apoyadas por todos los asistentes)”²⁷

²⁶ Festival del día de las madres, 13 de mayo de 2000.

²⁷ Reunión con vecinos, 23 de mayo de 2000.

La respuesta del candidato es la de ayudarlos, y en su discurso menciona que tiene un plan de ayuda para la petición de los accesos de emergencia.

En ese mismo día se reunió con vecinos de la colonia Morelos, en otro predio cercano. El tema vuelve a girar en cuanto a la cuestión de ayuda a realizar trámites para a la regularización del predio, entre otros.

“En la calle de Granada, se encuentran reunidos los habitantes del predio que es un campamento con 67 familias (en condiciones precarias, las viviendas son de aproximadamente 1,5 metros por 3, metros) al ver llegar el candidato le lanzaron porras. Junto con la representante de los vecinos se recorrió el predio.

La representante del grupo de familias que habitan el lugar, le realizó las siguientes peticiones: mejorar las condiciones de los baños, laminas y polines, ayuda para regularizar su situación de la energía eléctrica con la Compañía de Luz y Fuerza del centro, ya que se cuelgan de los postes y la más importante es la ayuda para regularizar el predio, para tener una vivienda digna.”²⁸

Las demandas de apoyo a cuestiones de regularización de los predios, fue uno de los temas importantes en los eventos de campaña de éste candidato, actualmente la zona del distrito electoral X local se presta para ello, porque se encuentra en el centro del Distrito Federal y la vivienda es una de las preocupantes entre los ciudadanos.

Lo cierto es que el surgimiento de un líder, que tiene la capacidad de reunir a los ciudadanos, se lleva a cabo debido a la trayectoria de “luchador social” por la cual es conocido. Es ahí en donde se manifiesta su prestigio, ya que el candidato tiene la capacidad de resolver o proporcionar ayuda a los ciudadanos en sus problemas. Como tiene *contactos* en las instituciones obtiene respuestas más favorables en la

²⁸ Reunión con vecinos, 23 de mayo de 2000.

solución de problemas que tiene los ciudadanos, lo cual lo hace el líder de una masa organizada.

El segundo tópico que estuvo presente en las reuniones proselitistas del candidato al distrito X local fue por parte del candidato, consistente en remarcar el trabajo de los diputados.

En las reuniones con los simpatizantes el candidato intentó dejar en claro cuál es la función que desempeña un legislador (diputado local en su caso), como una forma, en la que él cree que se puede ayudar a los ciudadanos a tener conciencia del trabajo legislativo.

Como un intento de cambiar el imaginario y comportamiento político de los ciudadanos, y dejar a un lado la cuestión de que los ciudadanos los identifiquen como gestores/mediadores. Sin embargo, esto no impide que la gente les realice demandas, como se vio en los anteriores ejemplos.

Ejemplificaremos el intento del candidato de aclarar cual es la función de un diputado y como es que lo enfatizó en sus discursos. En donde subrayaba el trabajo legislativo donde el objetivo es realizar leyes para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, y aunque es conocido como un “luchador social”, intento remarcar las labores de trabajo de un diputado.

“Después de que le comentaron las peticiones los ciudadanos. El candidato toma la palabra y les comunica que la labor de legislar es diferente a la de gobierno, pero que la organización de la gente es lo que necesita el país. Debido a que es la gente y la organización que tengan la que vale oro, porque les posibilita la oportunidad de resolver el tipo de problemas que se tengan.”²⁹

²⁹ Reunión y recorrido con vecinos, 5 de junio de 2000.



VISITA A VECINOS DEL CANDIDATO A JEFE DE GOBIERNO Y CANDIDATOS DE LA DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC, EN LA UNIDAD TLATELOLCO

También aclara que la diputación no es garantía de que se puedan resolver todas las peticiones que se recogen durante la campaña. El siguiente discurso, lo ilustra, pero también les comenta que se tienen que organizar los ciudadanos, para cambiar la cultura política.

“En su intervención final el candidato expone, en una reflexión general, hay que apostar a la organización, que la diputación no resuelve todo, y que sean o no perredistas deben de luchar por su comunidad, la lucha es cambiar la cultura política que ha marcado el PRI y la mejor forma de modificarla es la organización de la sociedad.”³⁰

En otro evento, en esta ocasión con comerciantes de la zona de Santa María la Ribera, la cuestión vuelve a ser nuevamente marcada por el candidato. Y aún más

³⁰ Reunión y recorrido con vecinos, 5 de junio de 2000.

debido a que se realizan peticiones con cuestiones que tiene que ver con la tarea legislativa, como el bajar el impuesto sobre la renta a la pequeña empresa y que la energía eléctrica tenga una cuota menor que la actual.

“Uno de los comerciantes toma la palabra y pide que se legisle para los comerciantes, en forma de que se bajen las cuotas de agua, la luz y el predial, para que sean más accesibles a los comerciantes, debido a que por el hecho de ser tener un pequeño establecimiento estas cuotas son más elevadas de lo normal; el candidato responde que se deben de ubicar las tareas legislativas y las de gobierno, y que hoy la asamblea legislativa ya tiene facultades para hacer las leyes, y que existe una diferencia entre proponer leyes a gobernar.”³¹

Una de las intenciones de éste candidato fue la dejar entre los electores una diferencia en su actitud de ser considerado mas allá de un gestor y tener una relación “clientelar” entre los ciudadanos, para hacerles notar que un diputado es un servidor publico que propone y hace leyes para mejorar la vida de los ciudadanos.

Estos fueron los eventos de campaña del distrito X local entre los simpatizantes del candidato y del partido. En donde los temas que se propusieron fueron, en torno a las dos cuestiones ya mencionados (demandas de los ciudadanos y la tarea de un legislador). Otro tópico que merece atención a parte es la gestión fue una de los temas más recurrentes en la campaña por parte de los electores.

3.2.- LA GESTIÓN

En la campaña del distrito X local, el tema de la gestión fue tan importante para el desarrollo de la misma. Debido a que es de esta forma en la cual se intenta captar “votos seguros” que se muestren en las urnas el día de las votaciones.

³¹ Reunión con comerciantes, 10 de junio de 2000.

Cuando los electores tienen la oportunidad de tener contacto personal y convivir con el candidato, la primera reacción que tienen es la de pedir ayuda para la solución de los problemas que preocupan a su comunidad, de su vivienda e incluso personales. Como el siguiente ejemplo, cuando en una reunión con personas de la tercera edad, el encargado del micrófono, le pide apoyo al candidato de la siguiente forma:

“El encargado de dar la bienvenida, aprovecha que tiene el micrófono y le pide apoyo para conseguir un establecimiento para que realicen las actividades del grupo. Aclara que este grupo nunca ha apoyado a ningún partido político, pero debido a la ayuda brindada por la diputada saliente, lo van a apoyar a él.”³²



REUNIÓN CON MILITANTES ADULTOS
MAYORES EN SANTA MARÍA LA RIBERA

³² Convivió con personas de la tercera edad, 17 de mayo de 2000.

Así es como la gestión, es un punto clave para los candidatos, ya que es por este medio, como se forma el grupo de personas que lo conocen y estos transmiten su fama de vecino a vecino y de colonia a colonia. Pero en las campañas proselitistas, las demandas van desde cuestiones personales hasta lo que afecta a la colonia, como es el caso de una vecina, que le pide lo siguiente:

“Termina la reunión y, una vecina se acerca al candidato y le señala un árbol en el patio de la unidad familiar, y le pide la poda del árbol, debido a que tiene las raíces muy grandes y salidas, por lo cual puede afectar el drenaje; otro grupo, le pide impermeabilizante para los predios contiguos.”³³

Aunque este candidato, no proyecta una gran campaña de eventos proselitistas, la gente lo tiene identificado como una persona gestor/mediador que le puede ayudar a resolver las demandas, o problemas que tenga, esto se debe a su trayectoria de “luchador social”. Por lo que los ciudadanos y los grupos que lo apoyan buscan la oportunidad para invitarlo a un evento en su comunidad o su unidad habitacional, para enterarlos del tipo de problemas que desean que les ayude a resolver.

Con los ejemplos anteriores entonces, podemos ver como es que se crean las masas, que siguen a un líder. Siguiendo a Castaingts (1994) “se distinguen dos clases de masas: 1- la multitud natural y 2- la multitud organizada.

1.- La multitud natural es aquella que se forma en los actos políticos, principalmente las manifestaciones y los mítines. Se trata de una multitud que expresa su fuerza y su cohesión en torno a una idea o un líder, pero su vida es efímera.

2.- La multitud organizada tiene las mismas ideas y los mismos líderes que la multitud natural, pero su fuerza no se expresa en un acto efímero, sino en una estructura organizativa que le da permanencia a la fuerza política de las masas.

³³ Recorrido y reunión con vecinos, 5 de mayo de 2000.



REUNION DE MILITANTES DEL PRD EN EL
ZÓCALO DEL DISTRITO FEDERAL

Es difícil que exista una multitud organizada sin una multitud natural. La multitud organizada recoge las creencias y el liderazgo de la multitud natural. Es decir, el impulso energético de la masa es el mitin, la manifestación, el acto político.”³⁴

Creemos entonces que es ésta la forma en la cual los partidos políticos logran adentrarse entre los ciudadanos. Y se mantienen vigentes. Sobre todo en los procesos políticos donde se realizan elecciones. Podemos considerar que este es el motivo por el cual las estrategias de campaña son en su mayoría de los mítines, visitas domiciliaras, principalmente entre los militantes y simpatizantes del partido y del candidato (llamado “voto duro”).

Independientemente de que este tipo de eventos sean los que se encuentran al alcance de las posibilidades económicas de cada candidato (ya que se les otorga una cantidad que no puede alcanzar a cubrir publicidad en la Televisión y radio).

³⁴ Castaingts, Teillery, Juan, “México: mito economía y poder”, Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, 1994.

El fin de los mítines y reuniones de trabajo con el “voto duro”, es para lograr crear y reforzar, el sentido de pertenencia e identidad partidaria, y adhesión hacia el candidato en turno desde los electores que tiene problemas que son resueltos de forma casi inmediata. El sistema político mexicano ayuda a que este tipo de prácticas se desarrollen y se sigan creando nuevos intermediarios políticos que se convierten en diputados o legisladores cuando tiene el apoyo de las multitudes.

Debido a que el poder que se les asigna en el imaginario de los ciudadanos es que tiene la capacidad de resolver los problemas, esto trae como consecuencia un prestigio que se obtiene al ser un intermediario/gestor. El cual es un prestigio personal, que se manifiesta después en la masa ya que al ser un líder de prestigio la fuerza de la masa tendrá más poder y eficacia debido a la reputación del candidato.

Sigamos desarrollado el sentido que tiene el proselitismo, lo ilustraremos con los eventos organizados por los candidatos en Tláhuac.

3.3.- VISITAS DOMICILIARIAS EN TLÁHUAC

La forma en la cual diseñó (por parte del coordinador de campaña del candidato a la Delegación Tláhuac) la estrategia de campaña de los tres candidatos de Tláhuac fue realizar una gran cantidad de visitas entre los militantes y electores.

Consideraron que de esta forma se llegaría a una gran cantidad de electores para lograr atraer su voto el día de las elecciones.

Iniciaremos con la descripción de la manera en la cual se distribuye el trabajo los integrantes del equipo, para tener una mayor eficiencia y realizar de forma rápida las visitas domiciliarias. Desde los primeros días de operación, a los integrantes del equipo de campaña se le asignó la tarea que cumpliría en los eventos proselitistas lo siguiente así lo muestra:

“La cantidad de integrantes que en el proselitismo es de 15 personas, de las cuales el trabajo se distribuye de acuerdo a las necesidades de la visita. Por ejemplo hay personas que sólo reparten los dípticos, una persona encargada de contar la cantidad de gente que saluda al candidato, así como de contar el total de establecimientos que se visita. Otra persona se encarga de llevar las cuentas respecto a la cantidad de propaganda que se necesita en cada visita. Existe una comisión que tiene que encontrar simpatizantes para vigilar las casillas por el PRD y una persona que se encarga de tomar nota de las demandas de los vecinos.”³⁵

Este tipo de organización en los recorridos es común entre casi todas las campañas³⁶ que planearon una estrategia de visitas domiciliarias. Debido a que la extensión del territorio electoral es demasiado grande, con esta distribución de trabajo se espera que el proselitismo sea eficaz y logre tener impacto entre los electores, así como abarcar el mayor número de electores.

La distribución de trabajo en el equipo de campaña es para abarcar la mayor cantidad de electores, ya que la gente que se encarga de la repartición de volantes lo hace entre los ciudadanos que transitan en ese momento por el lugar que recorre el candidato.

Además de que existe una persona que se encarga de tomar nota de las demandas, se lleva un control de las mismas y de la zona de la cual provienen las peticiones, y por el tipo de electores (si son partidarios, simpatizantes, o electores

³⁵ Visita domiciliaria, 3 de Mayo de 2000.

³⁶ Una vez que se llega a la colonia determinada para el recorrido, se divide a la gente en dos grupos, los cuales realizarán dos recorridos, cada grupo en una sección. Una vez que se forman los dos grupos estos se dividen en 3 o 4 grupos con 4 personas cada uno y se reparten las calles. Por calle hay 4 personas dos de un lado de la acera y dos del otro. Los grupos de gente sobrante se encargan de pegar propaganda. Los que tocan las puertas piden permiso para entregar la propaganda y posteriormente se retiran. Solo algunas personas explican algunas de las propuestas de la candidata, pero en general no lo hacen y otros sólo arrojan la propaganda por algunas de las rendijas o la depositan en los buzones. La candidata por su parte, recorre sólo algunas de las calles en las cuales se presenta con los ciudadanos escucha algunas de las demandas que estos le hacen y posteriormente se retira, no sin antes pedir que la apoyen con el voto. Después de algunas calles se regresa al lugar de reunión en donde espera a los demás brigadistas dentro de su camioneta. 16 de Mayo de 2000.

aislados). Con el motivo de tener un control de las solicitudes y saber cuales están en posibilidades de resolverse antes del día de la votación, para de esta manera asegurar y atraer más votos.

Se ha comentado que esta campaña fue integrada por los tres candidatos, motivo por el cual se intento abarcar todo el territorio electoral, pero no se logró, debido a que el tiempo de las campañas es corto y a que la extensión de los distritos electorales es muy amplia. Pero también no se logró recorrer todo el distrito electoral, debido a que los tres candidatos trabajaban de forma conjunta y los recorridos se dividían en zonas de la delegación que se encontraban demasiado cercanas y el candidato que atraía a la gente era el aspirante a la delegación.

No obstante, que los candidatos se ven forzados a recorrer de forma rápida las zonas que visitan con el fin de abarcar toda o la mayor parte de la zona electoral, por tal motivo se dividieron las secciones por candidato en las visitas, veamos como funcionó:

“Cada candidato visita dos secciones y se distribuyen de la siguiente manera: el candidato a diputado local, las secciones 3641 y 3643, el candidato a diputado federal recorre las secciones 3618 y 3640, por ultimo el candidato a Jefe delegacional las secciones 3617 y 3642.”³⁷

Los candidatos planearon las visitas de forma conjunta, pero cada uno se encarga de recorrer una sección electoral en cada visita. Cada una de las secciones está muy cerca de otra, por lo que creemos que no amplían la forma de recorrer el distrito electoral. Lo que realizan es que cubren una parte de las colonias que integran el distrito electoral, ya que las visitas y mítines o reuniones los ejecutan de forma conjunta, lo que realmente se efectuó, fue que la gente conociera a los tres candidatos en cada visita, y no se cubrió la totalidad de la zona electoral.

³⁷ Actitud de los ciudadanos, 3 de Mayo de 2000.

Esto puede ser una debilidad en la estrategia (pero es cierto que el tiempo de proselitismo es demasiado corto para recorrer la totalidad de las zonas electorales), pero de alguna manera cubre las expectativas de lo que denominamos multitud organizada. Lo cual se cumple con el proselitismo de campaña, que se desarrolla entre los militantes y simpatizantes del partido, por lo que se mantiene viva la identidad partidaria, independientemente de los resultados que se obtengan en las urnas.

Además, observamos que no funcionó el reparto de las secciones, por otro motivo como es que el del carisma entre los ciudadanos es el candidato a la Delegación Tláhuac, por lo que se optó por realizar los eventos de forma conjunta.

Es decir, las visitas domiciliarias lo que demuestran es la interacción de los ciudadanos y el (los) candidato(s). En la cual el aspirante intenta “vender” su imagen ante los electores y la forma en la cual se manifiesta esta relación es la de obtener una identificación con los ciudadanos. Se les conquista a través de un discurso en el cual se alude, entre otras cosas, a la pertenencia del candidato al lugar en este caso la delegación Tláhuac como lo muestra lo siguiente:

“Se encuentra con un fotógrafo, el cual le comenta si le puede tramitar una credencial por parte de la delegación, para que ejerza su oficio con más confianza ante los ciudadanos, a lo que responde el candidato, que realizará el tramite para ver si le pueden otorgar las credenciales por parte de la delegación, y le comenta que le invita a que conozca nuestras propuestas (refiriéndose a los dípticos que le entregaron) y se despide con la siguiente oración: Soy originario de Tláhuac, tengo 33 años viviendo en la Colonia Miguel Hidalgo y sé de los problemas de esta delegación.”³⁸

La forma como se integran los candidatos a los ciudadanos es mostrándose como un ciudadano más y mostrar que tiene las mismas carencias que ellos, que busca

³⁸ Percepción ciudadana y del candidato, 2 de Mayo de 2000.

la solución de los problemas que tiene la colonia en la cual vive, es que lo ha llevado a buscar un cargo público. Lo cual logran a través de la persuasión que plasman en encontrar una empatía con los electores que son parte integrante de la masa.

La característica persuasiva con la que cuentan los candidatos es tener el poder de resolver los problemas que aquejan a la comunidad, o hasta cuestiones personales.

Asimismo, también los ciudadanos agradecen la visita de los candidatos en sus colonias, lo cual refuerza la identidad con él y el partido al cual representan.



Visita a vecinos en Tláhuac

“En una casa, un señor saluda con gusto al candidato y le comenta: Que es bueno que los candidatos se vengán a ensuciar los zapatos aquí para que vean las carencias que tenemos. A lo que responde el aspirante a la delegación: con su voto estaremos más pendientes de sus demandas, y

recuerden que tenemos una casa de gestión y tenemos que hacer algo ahora que ganemos todos juntos, gobierno y ciudadanos haremos el cambio”³⁹

La estrategia planeada tiende a cubrir las expectativas de los dos actores sociales que intervienen en el proceso. El interés por parte del equipo de campaña es conocer las demandas de los ciudadanos, para intentar solucionarlas antes del día de las elecciones, y si se obtiene el triunfo, poder usar la lista de peticiones, para presentar su plan de trabajo en las cuestiones que afectan la comunidad.

Plasmar en el imaginario ciudadano que el candidato tiene las mismas carencias y problemas de los electores, ya que vive en la misma comunidad de ellos.

Este tipo de cuestiones como las carencias y problemas de las comunidades lo que hacen son que surjan líderes que controlen a la masa organizada de los partidos, ya que sin un líder la masa no puede hacer nada y viceversa. Pero la cuestión es que cuando se logra y busca el apoyo de las masas, es para ampliar la posibilidad de ejercer poder y prestigio del líder y las perspectivas de un partido para obtener el poder y prestigio social ante los electores.

Sobre todo en un sistema apolítico que se basó en la creación de multitudes organizadas (como la CTM, CROM, entre otras más), y en donde se necesitan intermediario/gestores para realizar trámites que pueden ser sencillos o engorrosos dependiendo de quien los realice.

Es decir, la sugestión del poder es la fuerza que actúa en los eventos proselitistas, lo cual sirve para transformar a una multitud natural, en una masa organizada que deposite la mayor cantidad de votos en las urnas a favor del candidato que tenga más poder de sugestión ante los electores.

Lo cual de cierta manera describe la misma forma de materializar la política de los priístas, ya que así es como funcionaban sus esquemas de trabajo en las elecciones en las cuales gobernaban, por lo cual no consideramos que exista una nueva “cultura política, ya que los perredistas ahora que están gobernando

³⁹ Percepción ciudadana y del candidato, 2 de Mayo de 2000.

manejan los mismos esquemas. Tal vez sé este dando una nueva práctica de llegarle a los ciudadanos por parte de algunos de los candidatos pero esto no se puede considerar como una nueva “cultura política”.

Es por lo que se puede decir que las actividades de proselitismo se realizan en su gran mayoría entre los militantes y organizaciones que se identifican con el partido en cuestión, los siguientes ejemplos así no lo ilustran.

3.4.- FOROS EN TLÁHUAC

Otra parte del proselitismo fueron los foros diseñados por el equipo de campaña de Tláhuac. En estos foros el objetivo fue de conocer las expectativas y necesidades de los ciudadanos, en especial de las mujeres y jóvenes de la delegación.

A) FORO CON LOS JÓVENES

El primero de los foros fue entre los jóvenes, con el objetivo de entender las inquietudes, asuntos y necesidades de los mismos. La organización del foro se lleva a cabo por los jóvenes que integran el comité de campaña, y permite conocer las propuestas de los jóvenes hacia el candidato. Pero no se tomó en cuenta un formato a seguir por los organizadores del evento. El protocolo que se siguió, fue que los asistentes realizaron su intervención, después de la presentación del candidato y este plasmara comentarios al final, de esta forma es como se desarrolla el evento:

“Un joven, comenta que no esta de acuerdo con el CENEVAL, y que se debe de contar con una preparatoria en la Delegación, y que el gobierno cree que los jóvenes son unos ignorantes. Este comentario es el que impulsa a los jóvenes a expresarse y se inicia una cascada de comentarios.

Una chica comenta, que les quitaron un lugar llamado casa feliz. Otro joven comenta que es bueno criticar, pero es necesario hacer propuestas. Él propone el impulso de canchas deportivas.”⁴⁰

El foro muestra algunos de los temas de interés de los jóvenes. La gran mayoría se manifiesta sobre el problema de la educación, en especial en el nivel medio superior. Un segundo tema es, la agresión y opresión por parte de la policía.

Una tercera es la percepción que tienen sobre la pérdida de los valores culturales, por la influencia del Internet. Sobre estos temas giraron las propuestas de los jóvenes en el foro; pero también fue la oportunidad de criticar al candidato en sus propuestas y su trabajo que ha hecho previamente, algunas de las críticas fue en torno a lo siguiente:

“Una joven comenta: no vengo de parte de ningún partido, y quiero decirle que no le creo nada, no ha hecho nada, y no creo en ningún otro candidato. Otro joven toma la palabra y le dice al candidato: -Que no ha realizado actividades recreativas, cuando se hicieron las brigadas de bienestar, tu cuñada prepotente pidió que fueran cerca de tu casa, yo pertenezco a una agrupación ecológica, hemos realizado la limpieza del parque, yo no he visto que tu realices algo productivo-.”⁴¹

Lo que nos muestra este evento es la preocupación de los jóvenes por ser tomados en cuenta, tanto por el gobierno como por los candidatos, así como una preocupación por su entorno (su colonia o comunidad). Esto se ejemplifica a través de los temas que se tocaron: como son la creación de espacios educativos y deportivos. También es cierto que los organizadores no tomaron en cuenta un formato para tener un diálogo más efectivo entre los asistentes y el candidato.

⁴⁰ Foro: Encuentro de Jóvenes por la Democracia, 4 de Mayo de 2000.

⁴¹ Foro: Encuentro de Jóvenes por la Democracia, 4 de mayo de 2000.

Lo cual no permitió que el candidato respondiera a cada uno de los comentarios de los asistentes, y sólo al final el aspirante comenta de forma general a las propuestas de los asistentes y es el siguiente:

“La forma de lograr acciones, es la de organizarse y ver los problemas y buscar un espacio donde se den las redes, para encontrar una solución a los problemas. En torno a la educación, propongo ampliar las instalaciones e investigar la creación de una preparatoria, así como realizar eventos de graffiti, entre los objetivos recreativos. En la cuestión del empleo, inquirir que las empresas les den empleo a los jóvenes, es decir, meter a la sociedad en la lógica del desarrollo de proyectos productivos y averiguar la capacitación para los empleos. En el deporte, ver las instalaciones, no dejar que todo lo referente a lo deportivo, sean las ligas de fútbol, hay que hacerlo todos colectivamente, el gobierno no puede hacerlo sólo, porque lo ilegítima. Y el trabajar todos juntos es un avance social y es una lástima que no existan espacios para que los aprovechen los jóvenes.”⁴²

3.4.1.- FORO CON MUJERES

Un foro más que se llevó a cabo fue con las mujeres, con idéntico propósito de conocer los problemas que les aquejan y las propuestas que tengan para mejorar su comunidad. Fueron pocas las que llegaron a lugar para participar en el foro, estuvieron, además, presentes todas las colaboradoras del candidato.

Los temas que les preocupan a las mujeres de estas Delegación son los siguientes:

“Una señora expresa su preocupación por la falta de suficientes lugares recreativos para los jóvenes y que por esa cuestión se refugian en las drogas, le pide al candidato si puede ayudar en la solución a este problema. Otra señora comenta sobre los problemas de desintegración familiar. Una

⁴² Foro: Encuentro de Jóvenes por la Democracia, 4 de mayo de 2000.

señora más le pide ayuda económica, debido a que su nieta tiene una enfermedad en las piernas y no tiene conocimiento de alguna institución que la ayude en su problema. Una joven comenta que no existe mucha preparación para las mujeres y que necesitan de capacitación para el trabajo, y pide se comprometa en ayudar a las madres solteras, creando lugares para capacitarlas para trabajar, así como guarderías que funcionen para toda la ciudadanía.”⁴³



CANDIDATO A LA DELEGACIÓN TLÁHAUC EN FORO

⁴³ Foro: Encuentro con Mujeres de Tláhuac, 6 de Mayo de 2000.

También se dieron comentarios sobre la violencia familiar y el aborto. Hubo una observación de una joven, sobre la realización exámenes psicológicos a los gobernantes, debido a que cuando tiene algún cargo público se vuelven locos de poder, esta argumentación es consecuencia de los abusos que realizan los funcionarios públicos en cualquier nivel, y es una preocupación de todos los ciudadanos.

Al igual que el foro anterior no se tuvo un formato, para que se realizaran diálogos para aclarar los puntos de interés que propusieron el grupo de mujeres que estuvieron presentes, el candidato tomó la palabra al final del mismo y explicó lo siguiente:

“Lo principal ha sido conocer cuáles son las inquietudes y propuestas de las mujeres lo que nos muestra es que generalmente se preocupan más por sus hijos. Quiero señalar que hemos visto las estadísticas de la delegación Tláhuac y observamos que las mujeres siguen siendo marginadas, pensamos que no tienen el papel que les corresponde. Creí que en este foro lo que se daría a conocer es él por qué en la lucha para la representación de Tláhuac no hay una mujer. Por lo que deseo que ustedes no vuelvan a permitir esta marginación, debido a que se necesita representación en el gobierno de las mujeres.”⁴⁴

La organización de los foros con el candidato a la delegación, fue una forma para conocer las inquietudes de las ciudadanas de la delegación, y algunas de las de las propuestas o peticiones para proponer un plan de trabajo, en caso de ganar las elecciones.

Debemos destacar que en los eventos descritos no se tuvo un esquema definido, en él se realizaba un diálogo entre el elector y el candidato, por lo cual

⁴⁴ Foro: encuentro con Mujeres de Tláhuac, 6 de mayo de 2000.

los foros de alguna forma fueron breves, así como que sólo se invitaron a los vecinos y conocidos de los integrantes del grupo de trabajo del aspirante.

3.4.2.- FORO CON PASTORES

Se le hizo una invitación a una organización religiosa, para que candidato le diera a conocer sus propuestas y conocer los temas que le interesan a esta organización.

En este evento asisten un total de 30 personas, las cuales son en su mayoría hombres y el programa se realiza así:

“Uno de los directivos presenta al candidato, comentando que tiene muchos años de conocerlo, y que la bendición llegó a través de la oración y le consiguió el triunfo -refiriéndose a las elecciones de 1997- a partir de lo cual se ha acercado a la iglesia y ha probado ser un amigo. Estamos aquí para pedirle que escuche nuestros planteamientos e intentar un convenio, entre el candidato a la delegación de Tláhuac y la organización religiosa “viva nueva 2000 a. c.” Las propuestas en las cuales tratan de negociar son en los ámbitos políticos, económicos y morales, así como bajar los índices de alfabetismo y drogadicción, entre otros problemas que aquejan a la comunidad de Tláhuac.”⁴⁵

La intención de este evento, fue que se firmara un acuerdo de trabajo entre el candidato y los pastores, pero como lo menciona el aspirante: “Hoy no se firma el convenio, primero debo de analizarlo y nos reuniremos posteriormente para llegar a un acuerdo y entonces establecer el compromiso.”⁴⁶

Los puntos que trató la organización fueron bien planteados y a continuación los mostramos:

⁴⁵ Reunión con Alianza de Pastores, 28 de junio de 2000.

⁴⁶ Reunión con Alianza de Pastores, 28 de junio de 2000.

“Que se cerraran el 50 por ciento de los establecimientos llamados “antros”, los cuales se han incrementado en un 200 por ciento, ocasionando daños a la juventud, provocando, además, la desintegración familiar. Autorización de campañas en contra de la drogadicción y de aquellas que beneficieren a la sociedad. Trabajar con grupos de doble A y ancianos. Dar recursos para la creación de talleres de oficios para combatir el desempleo en apoyo a la familia. La adquisición de terrenos para la creación de unidades habitacionales, con una Iglesia Evangélica, pues a diferencia de la Iglesia Católica, nosotros no tenemos un espacio para nuestro servicio, pedimos entonces que se nos otorgue un terreno al igual que a la iglesia Católica. Créditos para la autoconstrucción, la ampliación y acondicionamiento de las avenidas de Tláhuac; ayudar a las madres solteras y/o trabajadoras, dándoles servicios de guarderías”⁴⁷

Estas fueron las peticiones del grupo, a lo cual el candidato responde:

“No se puede comprometer con ellos para otorgarles lo que demandan. Pero se analizarán los puntos, para elaborar una propuesta de trabajo con el grupo y no realizar promesas sólo por ganar votos. En el caso de ganar la delegación trabajará en las acciones pertinentes para que revisemos el convenio y firmemos algo que sea posible materializar, lo cual es posible ya que se han tomado en cuenta dentro de nuestro proyecto de gobierno, y no podemos generar falsas expectativas por sólo ganar el voto.

En lo referente al desarrollo social, las madres solteras, representan una carga mayor, debido a que son padre y madre. Se trabajará con los ancianos y jóvenes para combatir la drogadicción y delincuencia, con los niños se trabajará enseñándoles nuestra cultura, para saber de donde venimos y a dónde queremos llegar.

Realizaremos actividades de gestión, y no debemos de mezclar cuestiones particulares, pues todos participamos, independientemente del tinte y color

⁴⁷ Reunión con Alianza de Pastores, 28 de junio de 2000.

político. Debemos ser imparciales, yo admiro su trabajo y en esa parte estamos profundamente identificados.”⁴⁸

Como se observa en este foro, la situación cambió, debido a que en esta ocasión el candidato si dio respuestas a las cuestiones que se le plantearon y por lo cual tuvo que dar opiniones de alguna manera puntuales con respecto a las demandas, cosa que no ocurrió en los otros foros, esto debido a que la organización fue diferente.

3.5.- CUANDO NO ASISTE EL CANDIDATO

Como mostramos líneas arriba al realizar el seguimiento de las multitudes, las cuales necesitan de un líder que las guíe. En este caso es el candidato el cual les ayuda a resolver sus problemas, es a él quien esperan los electores para hacerle las peticiones de solución a sus problemas o las reclamaciones por lo que no se ha solucionado.

Cuando no asiste el candidato a la delegación Tláhuac, que es el carismático, la situación de las visitas proselitistas no se desarrollan de la misma manera, y esto afecta la calidad del comportamiento tanto de los integrantes del equipo de campaña, como de los electores, ya que la masa electoral se contiene cuando se da cuenta que el candidato no se encuentra entre la comitiva que reparte la propaganda; esta se vuelve pasiva y solo recibe la propaganda.

Además de la tensión que se desarrolló entre los integrantes del comité del candidato a la delegación y el candidato a diputado federal, por lo que, cuando no asiste el aspirante a la delegación la situación se sale de control y lo siguiente lo ejemplifica:

“En este recorrido no asistió el candidato a la delegación, debido a que está tomando un diplomado de administración pública en el ITAM. Asistió solamente el candidato a diputado federal, este tomo el mando junto con el

⁴⁸ Reunión alianza con Pastores, 28 de junio de 2000.

coordinador de la campaña, motivo por el cual la mayoría de los brigadistas no estuvieron de acuerdo de presentar a dicho candidato en la senda proselitista. Por lo que se desarrolló un recorrido poco productivo, debido a que dicho candidato no tiene la misma forma de entusiasmar a los brigadistas, e intentaba obligarlos a avanzar, cuando él se tardaba más de cinco minutos en cada casa.”⁴⁹

Esto aunado a que cuando no asiste el candidato “principal”, a la delegación ya que es a este aspirante a la delegación a quien la masa electoral identifica como el que ostenta el poder de ayudarles a solucionar los problemas que aquejan a su comunidad. Es decir, el efecto que produce el líder en una organización de masas es de tal impacto que cuando no se encuentra presente en los eventos, la muchedumbre no se comporta de la misma forma que cuando este presente el candidato.

Podemos decirlo que los electores se guardan sus demandas hasta encontrarse con el aspirante que es en su imaginario tiene el poder de solucionarle sus problemas.

Es por el líder (candidato) que la gente puede conseguir la solución de sus problemas que afectan a la comunidad e incluso personales. Por lo que es indispensable en un sistema como el mexicano en donde se da un juego de favores y servicios tanto del líder (candidato), para que se desarrolle un conjunto de relaciones asimétricas que unen a la masa con el líder (candidato), de forma compensatoria. En donde el compromiso de las relaciones es el hacer un favor y el pago de los electores es apoyarlo en las urnas el día de las elecciones.

El ejemplo anterior no es solo un caso aislado, se dieron otros casos, en los cuales se manifiesta lo expuesto, y lo demostraremos con los siguientes casos.

“No llega el candidato al recorrido, debido a que fue a visitar a su mamá que se encuentra enferma. Sólo asisten los candidatos a diputados locales y

⁴⁹ Carisma de los candidatos, 19 de mayo de 2000.

federales, se distribuyen a los brigadistas para el recorrido. Por ser domingo asistieron integrantes del frente que apoya al candidato a la delegación, pero al comprobar que no asistió éste, en el recorrido se fueron dispersando los brigadistas. Además de que en la mayoría de las unidades no abrían las puertas, sólo con el megáfono salían algunas personas, por lo cual los brigadistas únicamente dejaban la propaganda por debajo de las puertas.”⁵⁰

Los acontecimientos muestran que el candidato a la delegación es el que tiene el carisma necesario para impresionar a los electores y los otros candidatos no lo tienen, por lo cual los recorridos no tienen el impacto que se obtiene cuando se encuentra el aspirante a la delegación. Así como los brigadistas no tienen el conocimiento suficiente de la propuesta de gobierno, por lo cual no es tan eficaz la sugerencia que plantean entre los ciudadanos y se muestra en lo siguiente:

“Debido a que esta tomando un curso el aspirante a la delegación no asiste, y nuevamente sólo se presenta el candidato a la diputación federal, y el coordinador de la campaña, por lo cual se dividen los brigadistas en dos grupos respectivamente. Y como no tiene la figura del candidato a la delegación se tratan de poner de acuerdo los brigadistas en cual será la forma de trabajo por este día, por lo que el objetivo es promover el voto y hablar del candidato.

El coordinador de la campaña, se presenta con los electores que se asoman a su puerta. Y le invita a que conozcan las propuestas del candidato. El discurso que utiliza es muy parecido al del candidato.”⁵¹

Como se observa al faltar el candidato a la delegación que es el que lleva la batuta, los recorridos no tiene el mismo impacto, con los brigadistas y más aún ante los electores. Por lo cual sólo se trabaja una parte del recorrido programado para ese día. Lo cual demuestra que el del carisma ante los

⁵⁰ Problemas con gente del partido, 28 de mayo de 2000.

⁵¹ Recorrido, 2 de junio de 2000.

electores es el aspirante a la delegación y es quien da impulso a los integrantes de la campaña.

También, nos demuestra que las muchedumbres necesitan un líder que los guíe o los motive, ya que sin éste se muestra un desánimo entre la concurrencia. Se pierde la capacidad de realizar peticiones de parte de los electores, y entre los brigadistas tenemos una dispersión ya que no tienen quien los impulse a cumplir su labor de convencimiento de que el candidato que siguen es el idóneo para resolver los problemas de la comunidad.

3.6.- LA GESTIÓN

Como ya hemos hecho mención un tema que caracteriza a las campañas políticas en la mención de las gestiones, se reconoce por los actores que intervienen en este proceso social, los candidatos y los electores. Los primeros lo utilizan como una herramienta, para la cual se les identifique, entre los simpatizantes y electores, y también para que se les distinga como “luchadores sociales”, ya que buscan el beneficio de la comunidad. Es por lo cual en los recorridos y reuniones de proselitismo, los candidatos lo mencionan con frecuencia en sus discursos ante los ciudadanos.

Por su parte, los electores reconocen en las visitas de los candidatos a su colonia o centros de trabajo, la oportunidad de hacer las peticiones para que les ayuden a gestionar un problema, que puede ir desde lo personal, hasta aquellos que afectan a su comunidad. Los ejemplos siguientes así lo ilustran.

“Uno de los ciudadanos reclama el hecho de que en esa colonia no han hecho nada, no tienen pavimento ni abastecimiento de agua, el agua está muy mal tratada y a veces estamos varios días sin agua. Ya es tiempo de que hagan algo, de que demuestren el cambio de que tanto hablan.”⁵²

⁵² Reunión, 4 de junio de 2000.

En situaciones como la anterior el candidato les responde a los ciudadanos, que el problema del cambio, es desde la estructura y, la cual es costosa y el presupuesto es muy corto, y que el tipo de obras que se necesitan en muchas colonias, se puede llevar en una sola el presupuesto que existe para toda una delegación.

Lo cual no implica que el ciudadano, no deje de pedirle que arregle los que necesita la colonia en la cual habita. Como el caso de una vecina, que al ver al candidato lo saluda, pero le saca a relucir uno de los problemas de la colonia de la siguiente forma: “pues pónganos banquetas, y votamos por ustedes, sino no”⁵³. Este caso es constante por parte de los vecinos hacia el candidato y así de forma espontánea les plantean diversos tipos de peticiones a los postulantes a puestos públicos, en cuanto los ven aparecer por sus colonias, es decir, que en el imaginario de los ciudadanos, ven a los políticos como alguien que tiene el poder de resolverles sus problemas.

El seguimiento de las campañas proselitistas, en sus eventos refleja, que las peticiones de los ciudadanos son que les arreglen el entorno inmediato que es su colonia. Las demandas se refieren al arreglo del drenaje, pavimentación de calles, agua potable y alumbrado público.

Asimismo los candidatos tienen muy en cuenta que uno de los compromisos de campaña que siempre está presente en sus discursos, y en las visitas domiciliarias es la de atender las demandas ciudadanas, sean del tipo que sean, desde personales, hasta de carácter nacional, aún cuando estas últimas, no estén en sus posibilidades de llegar a una solución.

Lo cual se manifiesta cuando un candidato en una reunión con comerciantes de la CANACO, en la zona de Tláhuac menciona: “Mi compromiso es atender las demandas de la gente, se ha perdido la credibilidad en la política y debemos cambiar eso. Hemos desempeñado trabajo de gestión social y trabajamos con

⁵³ Reunión, 4 de junio de 2000.

espíritu de servicio.”⁵⁴ Es decir, también en el imaginario de los candidatos está el asunto de la gestión como parte de que los ciudadanos los tengan presentes como luchadores por el bienestar social y es de esta forma que se dan a conocer entre los mismos. Y logran credibilidad efectuando el trabajo de gestión.

Entonces una característica de la cultura política es la gestión y/o solución de demandas que tiene los ciudadanos, y un lugar idóneo para exponerlas son las campañas proselitistas en reuniones con los candidatos a diputados (locales y federales, y ahora con los jefes de cada delegación en el Distrito Federal).

Los candidatos se preocupan por esta condición, debido a que en su equipo de campaña se tiene contemplada dicha situación, y en algunos casos, existe una persona que se encarga de tomar los datos y el tipo de demanda que se solicita. También se manifiesta que en los discursos en los que más énfasis pone el candidato es en el conocimiento de los problemas que se tiene en la comunidad y su disposición para solucionarlos.

Pero otra cuestión es que los ciudadanos, tienen que hacerles llegar cuales son los que tiene mas prioridad de solución. Por lo cual parte de la cultura política es el uso y mantenimiento de la gestión social.

Obviamente trabajará sobre las demandas obtenidas durante la campaña. Los ciudadanos pues ven a los candidatos como gestores, estos asumen el papel con el fin de ganarse la confianza de la gente y obviamente y por consecuencia el voto.

3.7.- REFLEXIÓN

En el proselitismo de campaña los candidatos se reúnen con militantes y simpatizantes del partido, como parte de las estrategias que se utilizan y que sirven para reforzar la identidad partidaria en el llamado “voto duro”.

⁵⁴ Debate con el CANACO salón victoria, 7 de junio de 2000.

Las estrategias están planeadas para que los eventos de campaña, consoliden al candidato entre los militantes del partido, consideremos que en cada evento lo que se pretende es que se socialice el candidato con los militantes, pero tratando de incorporar a los electores aislados, aunque los eventos no están planeados para atraer a estos últimos.

La forma en la cual se logra crear la socialización del candidato, es por dos cuestiones: 1.- tener eventos (foros, visitas domiciliarias) con los militantes/ simpatizantes.

2. por medio de la gestión que se propone y se reconoce, tanto por el comité de campaña y del candidato.

En el caso del distrito X local, los eventos fueron por invitación de los militantes y se realizaron con el fin de estar en contacto con el candidato y de que les ayudara en la gestión necesaria sobre él (los) problema(s) que les aquejan en la comunidad y hasta personales. Sólo se logró por lo tanto reforzar la imagen entre los simpatizantes que ya conocían al candidato, olvidando a los “electores aislados”, el comité de campaña, no se preocupó por tomar en cuenta a estos últimos.

La organización de los eventos de proselitismo en la delegación Tláhuac, intentó proyectar al candidato no sólo entre el “voto duro”, sino, además, entre los “electores aislados”, por medio de la organización de foros pensados para los jóvenes y las mujeres de la entidad. Aunque en su mayoría los asistentes a estos eventos fueron militantes / simpatizantes del partido.

Es cierto que se tomó en cuenta a los “electores aislados”, pero los eventos fueron pensados casi en su totalidad para el “voto duro”. Los eventos fueron ex profeso para reforzar la presencia del candidato entre los militantes partido.

¡la maravillosa belleza de la corrupción política,
deliciosos escándalos financieros y diplomáticos,
ataques políticos en las calles,
y de vez en cuando el cometa de un regicidio
que ilumina de prodigio y de fanfarria los cielos
habituales y brillantes de la civilización cotidiana!

Álvaro de Campos

4.- DEMANDAS CIUDADANAS

Un elemento más que nos muestran los procesos políticos, y en particular los proselitismos de campaña en el ámbito de los candidatos a diputados locales y federales, son las demandas ciudadanas. Estas son las expresiones de los electores en cuanto se presenta el candidato, sea en las visitas domiciliarias, foros o reuniones de trabajo.

Se observa que las demandas son muy diferentes dependiendo del tipo de urbanización que se cuenta en el territorio electoral. En las dos campañas que dimos el seguimiento, tienen características de urbanización muy dispares, ya que en el caso del Tláhuac es una delegación que todavía es semirural, y el distrito X local de la Delegación Cuauhtémoc es totalmente urbano.

Por lo que sí existen diferencias, en cuanto a la petición de las solicitudes, pero debemos considerar que no hay una relación total de diferenciación en cuanto a las demandas. Realmente estas confluyen debido a que la ciudad de México ahora es tan grande y una de sus problemáticas son los servicios de agua, luz, seguridad y las cuestiones de la regularización de los predios.

En general son demandas que afectan a la comunidad, pero coinciden en lo que respecta a la seguridad, la creación de lugares recreativos

Con lo cual, los dos actores que conforman esta interacción social, nos muestran dos elementos que identifican esta relación, uno es lograr una solución a las demandas por parte de los ciudadanos; el segundo obtener el apoyo de los electores por parte del candidato, para llegar al puesto público que desean ocupar. En este segundo punto, el candidato en su imaginario pretende, que lograr la solución de las demandas de los ciudadanos, antes de las elecciones les permite tener la “seguridad” de que los electores a los cuales ayuda votarán por él.

En el punto de los ciudadanos, su imaginario es el de obtener el mayor beneficio posible, ante el ofrecimiento de los candidatos a la solución de los intereses de los electores.

La posible solución a las demandas es un elemento que utilizan los candidatos para lograr atraer la atención de los ciudadanos, asimismo estos siguen a los candidatos para lograr la ayuda o posible solución de sus peticiones.

Esta relación compensa a las dos posiciones, ya que en su ideal ambos ponen en juego que la satisfacción de uno es la del otro. Debido a lo cual los ciudadanos aseguran la repartición y/o acceso de los bienes sociales y los candidatos logran el apoyo que los lleva a tener el puesto público que buscan (para escalar en las redes de poder del sistema).

En esta correlación entre los candidatos y los ciudadanos, se desarrollan dos tipos de relaciones: 1.- verticales y 2.- horizontales.

La primera reciprocidad vertical se muestra en cuanto que los candidatos son idealizados por los electores como gente que tiene acceso al poder. Lo cual se supone les ayuda a tener acceso a la distribución de los bienes sociales. Así surge una lealtad de los ciudadanos a los cuales les ha otorgado estos recursos.

La segunda relación horizontal, se da entre los electores, debido a que se intercambia información sobre las acciones que ha efectuado o cumple el candidato. Asimismo, también es una relación que busca el candidato, como

forma de identificación con los electores, por lo que cuando se hace pasar por un igual se desarrolla una relación de confianza mutua y de reciprocidad, esto le beneficia al candidato, debido a que afianza la lealtad entre los seguidores.

Estas relaciones se observan en los eventos proselitistas que planean los equipos de los candidatos, iniciaremos por el distrito X local en la delegación Cuauhtémoc. Ya se ha destacado que el tipo de campaña que se diseñó con este candidato no fue con la intención de tener una gran cantidad de eventos, pero en los que se tuvieron, las demandas de los ciudadanos son de las más significativas, a continuación las ejemplificamos.

4.1.- DEMANDAS EN EL DISTRITO X LOCAL

En el distrito X local, el cual pertenece a una delegación que se encuentra en el centro del Distrito Federal, y es una comunidad totalmente urbana. Las demandas que realizan los ciudadanos, se refieren a la regularización de predios, como los más comunes, también les preocupa la seguridad y la creación de lugares de recreo.

A) REGULARIZACION DE PREDIOS

Los eventos proselitistas de esta campaña fueron en su mayoría por invitación de los simpatizantes, tanto del candidato como del partido, porque estos son parte de las organizaciones que tiene el partido en dicho distrito electoral, llamados módulos de atención ciudadana, que funcionan con el emblema del Partido de la Revolución Democrática.

Los integrantes de comité de campaña, atrajeron a los militantes/simpatizantes del partido, y en estos eventos los ciudadanos aprovecharon para hacerle invitaciones al candidato para que asistiera a reuniones con su grupo, ya estando en la reunión

los simpatizantes del partido y del candidato le comentan sobre las demandas que afectan a su comunidad.



REUNIÓN CON VECINOS DE TLATELOLCO

“La reunión es en una de las unidades habitacionales de la colonia Morelos; en donde un padre de familia del lugar le solicitan al candidato les ayude con el trámite de la regularización de las escrituras de sus casas.”⁵⁵

Como observamos en el transcurso de toda la campaña, al candidato se le considera como alguien que tiene que solucionar los problemas de los ciudadanos. Sean de índole personal o con relación a cuestiones que tiene que ver con su propiedad, como es el caso de los predios, ya que debido a que ésta es una zona en la cual se tiene un conflicto en cuanto a la vivienda y, por consiguiente, existe una gran cantidad de predios que tienen contrariedades con

⁵⁵ Reunión con vecinos, mayo 23 del 2000.

sus escrituras, esta es una constante en toda la delegación, lo siguiente lo demuestra:

“Evento del día de las madres. El candidato se encuentra conversando con una de las madres. Ella es habitante de la unidad habitacional y le comenta sobre la situación que tienen respecto a las condiciones del predio que ocupa la unidad habitacional, el cual se encuentra en una contexto irregular. Le muestra documentos que dan constancia de los trámites que están siguiendo para regularizar dicho caso, la organizadora se da cuenta y le muestra otros documentos referentes a la misma circunstancia.”⁵⁶

Debido a la trayectoria de este candidato, el cual es conocido por ser un “luchador social”, que ha cumplido la gestión de predios y la construcción de casas. La gente en los eventos proselitistas lo abordaba con el tema de la regularización de los predios, para que les preste asesoría.

“Uno de los coordinadores de zona le comenta al candidato que existe un problema con un predio ubicado en las calles de Perú y Brasil. Tienen presos a dos personas de la tercera edad, el candidato les comenta que va a revisar el caso y los ayudará en lo posible. Asimismo una de las peticiones que le hicieron en el multifamiliar de la calle de libertad lo asignó a una de las personas de la delegación. Las peticiones de los habitantes del predio de la calle de Toltecas ya tienen una respuesta y el día 17 de mayo harán una visita los de obras de la delegación Cuauhtémoc.”⁵⁷

El candidato es reconocido y proyectado en su campaña como “luchador social”, es decir, esto se repite en casi todos los casos en los cuales las demandas de los ciudadanos son una de las relaciones de verticalidad. El candidato es el enlace

⁵⁶ Proselitismo de campaña, mayo 13 del 2000.

⁵⁷ Diseño de campaña, mayo 16 2000.

para que les llegue más rápidamente la ayuda de las instituciones, para que el trámite que necesitan tenga un arreglo más favorable y más ágilmente.

La forma en la cual se identifica el candidato con los electores es plasmando una relación de compañerismo (horizontalidad) entre los ciudadanos, para así lograr captar más simpatías entre los ciudadanos, entre los que ya lo conocen como entre los que no. El tipo de “relaciones horizontales ocurre entre parientes, amigos e iguales, e iguales o colegas situados a un mismo nivel jerárquico. Estos lazos horizontales producen y a su vez son mantenidos por la existencia de un flujo de intercambio recíproco en ambas direcciones, desde y hacia el individuo”.⁵⁸ En este caso el intercambio consiste en servicios por parte del candidato.

Es decir, en la relación política se plasman los dos tipos de relaciones horizontales y verticales; aun cuando de algunos de los candidatos intenten dejar en claro en sus mensajes de proselitismo que el quehacer de un diputado es proponer y hacer leyes que mejoren a la sociedad como el siguiente ejemplo:

“Reunión con los vecinos de un conjunto habitacional, en donde los habitantes son simpatizantes del PRD y conocen la trayectoria de candidato. Él les da una breve explicación sobre la tarea de la legislatura, la cual consiste en pensar mejores leyes para el pueblo, y que la solución a problemas como la luz, bacheo entre otros son problemas de gobierno, y el legislador puede ser un mediador”⁵⁹

En el imaginario de los ciudadanos se ha destacado que los aspirantes a los puestos públicos son uno de los medios que tienen ellos para que sus demandas tengan una solución más rápida, ya que los candidatos tienen *contactos* para que se realice más rápidamente un trámite.

⁵⁸ Lomnitz, Larissa, “las relaciones horizontales y verticales en la estructura social urbana de México, Págs. 217-274, en Lomnitz, Larissa, Redes sociales, cultura y poder: ensayos de antropología latinoamericana, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales y Miguel Ángel Porrúa librero-editor, México, 1994.

⁵⁹ Proselitismo de campaña, junio 6 del 2000.

Lo cual deja en claro los tipos de relaciones que se dan entre los candidatos y los ciudadanos. Donde es un juego que se demuestra más en las elecciones de los diputados, ya que se pone en batalla el acceso a un puesto público el cual le otorgará más “poder” de realización y de gestión por parte del candidato, para atraer más simpatizantes. Por lo cual de alguna forma se marcan más dichas relaciones horizontales y verticales entre ciudadanos y candidato.

4.2.- DEMANDAS DE ESPACIOS RECREATIVOS

Los espacios recreativos y públicos, que se puedan utilizar para el ejercicio al aire libre o bajo techo son una de las preocupaciones de los ciudadanos, por tal motivo le solicitan a los candidatos que les ayuden a crearlos o rescatar los ya existentes, sobre todo en una ciudad tan grande como la ciudad de México.

Relataremos algunos ejemplos de que estos espacios son demandados, tanto para los jóvenes y niños como para los adultos mayores (personas de la tercera edad):

“Reunión con aproximadamente 100 personas de la tercera edad, se organiza este evento, por el modulo de atención de la diputada que sale del puesto, y tiene el contacto con dirigentes del grupo. La persona encargada de darle la bienvenida, pide que no se olvide de ellos. Cuando toma la palabra el organizador del evento demanda el apoyo para conseguir un local para que tengan las personas de la a tercera edad un lugar en donde organizarse y tener sus eventos que realiza su grupo de adultos mayores.”⁶⁰

La preocupación de los adultos mayores de tener un espacio donde se reúnan y lleven a cabo diversas actividades es una cuestión se ha convertido en prioritaria en el Distrito Federal, motivo por el cual es uno de los reclamos hacia los candidatos a diputado.

⁶⁰ Reunión con gente de la tercera edad, mayo 17 del 2000.

Pero éste no es un caso aislado, la ciudad se ha vuelto tan grande y compleja, y ha crecido la demanda de vivienda, servicios, que ya no hay espacios recreativos. Es por tal motivo que los pocos que existen los traten de rescatar los ciudadanos y sobre todo en algunas zonas de la delegación Cuauhtémoc, en donde tiene fuertes problemas de drogadicción, es por lo que los vecinos de la colonia Morelos le pide lo siguiente:

“Se visitó la unidad habitacional de la calle de libertad, en donde los vecinos que organizaron el recorrido le pidieron al aspirante al diputado que si era posible que les ayudara a recuperar el parque llamado del boxeador, como un espacio de recreación para niños y jóvenes, debido a que existe delincuencia en el lugar, y aunque están cerca del barrio de Tepito no cuentan con un centro deportivo”⁶¹

En esta zona estas fueron de las demandas más solicitadas entre los simpatizantes y vecinos del distrito, ya que es totalmente urbana. Otras peticiones fueron las de los servicios de agua y desazolve, pero consideramos que las más relevantes fueron las expuestas.

4.3.- DEMANDAS EN LA DELEGACIÓN TLÁHUAC.

Las demandas hechas por los ciudadanos las clasificamos de acuerdo a las que fueron más recurrentes, en los eventos proselitistas. Una de las peticiones más repetidas es la de los servicios (agua, drenaje y electricidad), así como la regularización de los predios.

Esto puede ser por dos aspectos: 1. uno es que debido a que es una delegación que tiene la característica de ser semirural, es por tal motivo que no tienen todos los servicio; 2. el segundo motivo es que se tienen asentamientos irregulares con

⁶¹ Recorrido y reunión con vecinos, junio 5 del 2000.

lo cual se forman colonias y por lo tanto los ciudadanos tienen que realizar la regularización del terreno en el cual construyen su vivienda.

4.3.1.- DEMANDAS DE SERVICIOS

Debido a que existe una “sobrepoblación” en las ciudades y sus alrededores, las grandes preocupaciones o las cuestiones más problemáticas, es dotar de los servicios de agua, drenaje y vivienda. Por tal motivo estos son los ejes que mueven en su mayoría a las campañas y es de esta forma en la cual se inician los gestores. Además de que el sistema que prevaleció en México fue el de crear estos mediadores entre las instituciones y los ciudadanos. Esto permitía que el sistema se hiciera fuerte y creciera en los diversos cuasigrupos que podían obtener el poder mediante las gestiones ante las instituciones de la problemática de las comunidades.

Es por tal motivo que en lo general en los eventos proselitistas, en los cuales asiste el candidato, la gente al momento en que lo identifica, casi inmediatamente le comenta los problemas que tiene en cuanto a los servicios como lo muestran los ejemplos siguientes:

“La visita domiciliaria en un mercado de la colonia Tlaltenco, el cual se encuentra en estado de deterioro. Cada puesto tiene entre dos y tres focos para alumbrar las mercancías. Una señora molesta le comenta al candidato: -que era solo mentiras lo que él decía porque no había solucionado lo de la luz-.⁶²

En su imaginario el ciudadano siente que la obligación de los candidatos es solucionarles los problemas que tienen, más cuando se trata de electores que contribuyen con el pago de impuestos. Como es este caso el de los mercados aunque se da un diálogo entre aspirantes y vecinos como el siguiente por las cuestiones que afectan al mercado en este caso:

⁶² Actitud de los ciudadanos y candidatos, mayo 3 del 2000.

“El candidato les propone que para llegar a tener soluciones hay que involucrarnos necesariamente, tenemos que conciliar los intereses de las dos partes y solucionar entre los afectados es cierto que hemos tenido cosas malas pero también hay la otra parte, por ejemplo, existe una casa de gestión. Realicé un informe de lo que cree en cada pueblo, yo no cuento con un presupuesto pero efectuamos gestiones que sí han dado buenos resultados, seguimos trabajando, los electores disertan: que cuando necesitan el apoyo hasta les daban la mano y cuando están arriba ni voltean a ver a quienes les pidieron el voto”⁶³

Como se muestra en este ejemplo, la comunicación entre los electores y los aspirantes a los cargos públicos hay un dialogo en el cual ambas partes asumen su papel en la representación de este ritual político de las elecciones en donde la relación es buscar el mayor beneficio posible por ambas partes.

El tipo de relación en este caso es el de verticalidad, ya que se le pide al candidato que otorgue soluciones a sus demandas y/o ayude a obtener repuestas favorables a las mismas. En la jerarquía de un sistema, “las relaciones de verticalidad entre un individuo y su superior o sus inferiores implican un tipo de intercambio que difiere fundamentalmente del existente en las relaciones recíprocas entre iguales. Se trata de un intercambio de tipo, patrón cliente.”⁶⁴

Continuando con las explicaciones que nos ayuden a ilustrar los elementos de la negociación y comprender las formas de relación que se desarrollan. Veamos otro ejemplo, en donde el tópico sigue siendo los servicios:

⁶³ Actitud de los ciudadanos y candidatos, mayo 3 del 2000.

⁶⁴ Lomnitz, Larissa, “las relaciones horizontales y verticales en la estructura social urbana de México, Págs. 217-274, en Lomnitz, Larissa, Redes sociales, cultura y poder: ensayos de antropología latinoamericana, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales y Miguel Ángel Porrúa librero-editor, México, 1994.

“En la colonia Peña Alta donde los ciudadanos expresan la carencia de servicios públicos, como es drenaje, agua y luz. Esto fue en una zona que al parecer era de invasores de tierras y estaban peleando por estos servicios que ni siquiera tenían los propietarios de tierra legales.”⁶⁵

El problema del agua en esta zona del Distrito Federal es uno de los más recurrentes. Debido a que se encuentra en un proceso de urbanización, las obras de dichos servicios se están iniciando y esto lo aprovecha los mediadores que existen en casi todas las colonias y les sirve para obtener un estatus político y ser famosos como “luchadores sociales”, para después de ahí afiliarse a un partido político.

En este tipo de diálogos y relaciones sociales es en donde se muestran las relaciones verticales que son características de la interacción social entre los candidatos y los electores. Es decir, se muestra una verticalidad en la cual los candidatos son las personas que se les adjudican el poder de lograr que se realicen y/o ayude a la solución de los problemas. Se ve como un líder al candidato y los ciudadanos solo piden la ayuda del mismo.

Tal es el caso de las peticiones de agua que le hacen en otros recorridos proselitistas, y el candidato asume su papel de mediador:

“Los electores siempre les comentaban su problema del agua, hasta los invitaban a que vieran sus botes donde guardaban agua. El coordinador les explicó que quisieron instalar plantas potabilizadoras de agua, que lo había intentado hacer el gobierno actual de Cuauhtémoc Cárdenas y Rosario Robles, instalar una planta en cada pozo. Les preguntó si sabían que el PRI voto en contra del presupuesto en la Cámara de Diputados, no permitiendo el endeudamiento del proyecto. Otro de los proyectos que no se pudieron

⁶⁵ Problemas con el jefe vecinal, mayo 23 del 2000.

realizar fue el de los pozos acuíferos para no traer agua de fuera y no aceptaron. Prosiguió comentándoles que en esta ocasión si gana las elecciones el PRD se tendría seis años de gobierno con Andrés López Obrador y con Francisco Martínez Rojo a la delegación (el cual tiene un periodo de tres años) de Tláhuac y se llevaran a cabo acciones con las cuales se demuestre que si se trabaja para beneficio de los ciudadanos.”⁶⁶

Lo que nos manifiestan los ejemplos es que a los ciudadanos, de alguna forma lo que les interesa es ver quién les resuelve sus problemas y no les *importa* si es de un determinado partido.

En el caso de las visitas domiciliarias, en donde no se planearon con los comités de apoyo que simpatizan o están afiliados con el partido en cuestión (“voto duro” del partido sea el PRD, PRI, PAN), se manifiesta en la actitud natural este tipo de la multitud natural le manifiesta al candidato su descontento. Ya que cuando se encuentran en una reunión con él, los ciudadanos, de alguna forma pierden la identidad individual y asumen una colectiva, por lo que sus demandas las hacen de forma concreta ante el candidato. Además de que éstas se plasman de forma *directa*, es decir, se dan relaciones cara a cara.

“En una de las casas a las que se acercó a uno de los ciudadanos, resultó ser el representante vecinal. En su puerta se podía ver propaganda del PRI. Al acercarse el candidato a la delegación, le demanda que le arregle el drenaje: no me importa qué partido gane, me importa quién nos va a resolver este problema. Muchos de los que ya han estado en el gobierno han hecho muchas cosas malas.” ⁶⁷

⁶⁶ Problemas con el agua, mayo 25 del 2000.

⁶⁷ Visita domiciliaria, junio 1 del 2000.

Otra cuestión referente a los servicios es el drenaje, que es una constante también en esta zona que es semirural. Otro problema es la regularización de los terrenos, ya que algunas colonias son de reciente creación y la documentación de los predios está en trámite o en algunos casos son predios invadidos.

Por lo que también las demandas ciudadanas van enfocadas hacia ese punto:



FESTIVAL CON MILITANTES DEL PRD EN LA DELEGACIÓN TLÁHUAC Y SUS CANDIDATOS

“En una reunión donde se juntan los vecinos, le explican que se ha invadido terrenos ecológicos en la zona y le piden les ayude con el trámite de regularización de los terrenos.”⁶⁸

Es decir, la relación que se da entre los candidatos y electores, son horizontales, ya que la simpatía que tiene que lograr el postulante para con los electores, es de identificarse con sus problemas y saber enfocarlos, hacia el beneficio de poder

⁶⁸ Visita domiciliaría- col. Olivar Santa María, junio 4 del 2000.

“atraer” votos el día de las elecciones. Se mimetiza de alguna forma con los ciudadanos comentando: “Hola, como estas, mira estoy aquí para que me conozcan, yo soy candidato a delegado por parte del PRD y bueno, quiero platicarte, que soy de aquí, llevo viviendo en Tláhuac 32 años, así que conozco los problemas de la delegación, por lo mismo como ciudadano que soy, si ustedes me apoyan y llego a la delegación, voy a trabajar, pues sus mismas molestias son las mías.”⁶⁹

Es decir, la posición que adopta el candidato es la del ciudadano, mostrar una posición de involucramiento con los problemas de los electores e invitarlos a votar por él, y si lo apoyan resolverá los problemas, pero también los ciudadanos deben incluirse, para que exista un compromiso entre ambos actores sociales.

Por lo cual se desarrolla una relación de horizontalidad y verticalidad al mismo tiempo. De esta forma se identifican e interactúan ambos actores sociales.

El aspirante al cargo público, no puede salir de su zona, ya que es ahí en donde tiene su potencial de mostrar su estatus, y ser reconocido por los ciudadanos.

También nos muestra que “el principio organizativo del sistema (concentración de poder en la cúspide y fragmentación de poder en la base), por medio de la existencia de tres pirámides o sectores formales diferenciados. Cada uno de los sectores es leal al país y compite contra los demás sectores por una mayor proporción o un mejor acceso a los recursos.”⁷⁰

4.3.2.- DEMANDAS SOBRE SEGURIDAD

En los eventos proselitistas una de las mayores demandas que se realizaron fue la de la seguridad, este tema fue uno de los más recurrentes. La forma en la cual fue

⁶⁹ Vista domiciliaria, Barrio la Asunción, junio 1 del 2000.

⁷⁰ Lomnitz, Larissa, “las relaciones horizontales y verticales en la estructura social urbana de México, Págs. 217-274, en Lomnitz, Larissa, Redes sociales, cultura y poder: ensayos de antropología latinoamericana, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales y Miguel Ángel Porrúa librero-editor, México, 1994.

tratada por los ciudadanos, es debido a que afecta a su comunidad, es por eso que les preocupa a los ciudadanos.

“En la visita a una colonia en donde al parecer son de recursos económicos altos, con respecto a las demás zonas de la delegación.

En una de las casas sale una señora a la puerta y le comenta al candidato:

que en la zona existe una banda y se dedican a asaltar a los automovilistas.

En otra casa una joven le comenta nuevamente: -que no hace mucho tiempo que secuestraron a su novio a la vuelta de su casa, y que le pedía al candidato que pusiera más seguridad en la zona.”⁷¹

Como se aprecia, la seguridad es algo que los ciudadanos más le van a demandar a los candidatos, puesto que es algo que afecta directamente a los mismos. A la comunidad la vuelve desconfiada en cuanto a circular por las calles y abrir la puerta de sus casas y eso lo notan los candidatos cuando no les abren las puertas y sólo les preguntan quién es y qué desea. Más adelante en una reunión le vuelven a solicitar vigilancia en la zona, porque las patrullas no dan su ronda en la colonia.

En otras zonas de la delegación también se le pide al candidato que elabore un programa de vigilancia para que las patrullas tengan rondines por las colonias. En el caso de los colonos de Santa Cecilia, en una de las escuelas una de las profesoras le comenta:

“Debido a la falta de vigilancia existe una banda de delincuentes que amenazan a los padres de familia, y en ningún momento aparece por ahí una patrulla, y si lo hacen es para que les firmen el informe de que si hacen su rondín.”⁷²

⁷¹ Percepción ciudadana y del candidato, mayo 2 del 2000.

⁷² Compromiso a cumplir, junio 6 del 2000.

Como es costumbre en todos los candidatos le responde que para tener una mejora y cambios se debe de trabajar de forma conjunta entre los ciudadanos y los candidatos. Nuevamente nos muestra las relaciones verticales, entre los ciudadanos y electores, ya que se le considera como un individuo que tiene jerarquía y mando para otorgar una solución a los problemas que tienen los ciudadanos.

4.3.3.- DEMANDAS DE ESPACIOS RECREATIVOS

Debido al crecimiento que se tiene en las ciudades, se tienen una falta de espacios o centros recreativos que funcionen cerca de las colonias. Esta es otra de las demandas que formalizan los electores para que se creen nuevos, o que se rescaten los que ya se tienen. Por la falta de estos lugares, la comunidad cree que es por lo cual los jóvenes se refugian en las drogas. Esta petición se la hicieron al candidato tanto en los foros y las visitas proselitistas. La forma en la cual se manifiesta este problema es tanto por parte de los jóvenes, como de la familia.

En el foro con los jóvenes, ellos en una de sus críticas y propuestas: “Un joven plantea la creación de canchas de baloncesto.”⁷³ No es el único evento en el cual se le piden la creación de espacios deportivos, y que se entienda que no sólo deben ser las canchas de fútbol, sino en verdad la creación de nuevos espacios deportivos, para que de alguna manera se alejen los jóvenes de la drogadicción, como es el siguiente ejemplo:

“Una señora de Santa Catarina, comenta: que no existen los suficientes lugares recreativos para los jóvenes, motivo por el cual se refugian en las drogas.”⁷⁴

⁷³ Percepción de los jóvenes, mayo 4 del 2000.

⁷⁴ Encuentro con mujeres en Tláhuac, mayo 6 del 2000.

Ésta es una preocupación constante a través de los foros y visitas domiciliarias que le manifestaron al candidato en su proselitismo. Ya que los jóvenes y la familia son una preocupación constante en la sociedad, ante el peligro de una creciente avanzada de la drogadicción entre la juventud. Sobre todo en esta zona que es considerada semirural y se encuentra en desarrollo.

“Las mujeres demandan el apoyo a los jóvenes de sus colonias o pueblos. Resaltó mucho el problema de la drogadicción en diversas zonas de las colonias. Comentaron los ciudadanos que no existen suficientes lugares recreativos para los jóvenes, por ello se refugian en las drogas se le pidió al candidato diera solución a estos problemas.”⁷⁵

Pero las mujeres de la delegación no son las únicas que tienen la preocupación de la creación de los espacios recreativos como una solución para alejar a los jóvenes de las drogas.

“En esta zona la gente siempre les pedía a todos los candidatos que ayudaran a que las orillas del Panteón que está cerca de ahí de esa colonia, se utilizara para hacer un deportivo para los jóvenes, ya que la mayoría se encuentran tentados por las drogas y no había forma de controlarlos. Por lo que los ciudadanos que viven cerca de los límites del terreno ya habían puestos canchas, pero los policías los sacan cuando están jugando.”⁷⁶

Como se ve los ciudadanos consideran que se deben crear espacios recreativos para tener una juventud sana y la propuesta del candidato es la siguiente:

“Les explica el candidato que él estaba en el recorrido para platicar sobre esta cuestión, les dijo que como se habían hecho muy rápido esa colonia,

⁷⁵ Foro encuentro con mujeres en Tláhuac, mayo 6 del 2000.

⁷⁶ Problemas de límites territoriales, mayo 11 del 2000.

por lo que nunca se planearon los espacios para áreas recreativas. Ya casi para terminar ese asunto les comentó que se organizarán para tener una reunión y ponerse de acuerdo con el coordinador vecinal de esa zona, para buscar la creación de espacios recreativos.”⁷⁷

Esta es otra constante en las peticiones de los ciudadanos, la creación de los lugares recreativos, como uno de los elementos en los cuales la juventud se pueda involucrar en el deporte. Puede funcionar también como un centro de recreo de la familia, en donde la convivencia sea el deporte, es por lo cual los ciudadanos demandan la creación de estos espacios a los aspirantes a puestos públicos.

4.4.- REFLEXIONES

En las líneas anteriores clasificamos las demandas más recurrentes en los dos distritos electorales. Notamos que las peticiones no son tan diferentes, debido a que se encuentran ligadas al tipo de urbanización que tiene la ciudad.

El tipo de relación que nos muestra esta situación en las campañas es de dos tipos: 1.- verticales donde se considera al candidato por parte de los electores como alguien que tiene el poder para solucionar sus peticiones, los cuales son desde aquellos que afectan a la comunidad hasta personales.

2.- relaciones horizontales, el candidato busca lograr establecer una comunicación con los ciudadanos de compañerismo, para tener una identificación con ellos. Lograr una simpatía es lo básico para obtener mayor apoyo de parte de los electores.

Las demandas son una característica importante en la cultura política de los electores, ya que se busca que se solucionen los problemas de la comunidad donde se habita. El imaginario de los electores es que una de las personas que les puede ayudar/resolver sus demandas, son los candidatos a puestos públicos.

⁷⁷ Problemas de límites territoriales, mayo 11 del 2000.

REFLEXIONES FINALES

Las campañas electorales se pueden observar en etapas, en las cuales se observa el comportamiento político de los ciudadanos, en el cual participan los que se identifican con el partido político y el candidato y aquellos que sólo intervienen en el proceso electoral. Creemos que las etapas son las siguientes, una primera etapa es aquella en la cual, se da la elección interna de los partidos políticos, para determinar el candidato que representara a cada distrito electoral. En esta etapa la cual es de forma interna entre los militantes del partido y se observan la cantidad de simpatizantes que tiene cada líder, y se manifiestan en la votación interna y es de esta manera como los candidatos. Es probable que esta etapa sea de actividad intensa, pero todo dentro de un marco de privacidad y de acuerdo a los reglamentos internos que rigen al instituto político.

Cuando ya se tienen a los candidatos la siguiente etapa es la preparación de la organización de la campaña, como es quien integrará el comité de campaña y es a partir de este período, el cual desarrollamos el trabajo que presentamos, por lo que describiremos las fases en las líneas siguientes.

Considero que la primera etapa, es la preparación de la campaña, en la cual los candidatos, conforman su equipo de campaña, el cual planeará los eventos proselitistas, ya sean recorridos, visitas domiciliarias, o foros, el tipo de propaganda que se utilizará.

En algunos casos, dependiendo del tipo de acercamiento que tiene el candidato elegido con el comité del partido se le otorgará una persona que tiene experiencia en la planeación de los eventos de campaña. Asimismo el candidato integrará a las gentes que siempre lo apoya y colaboran con él, se buscará también apoyo entre los militantes y simpatizantes del partido para las labores que se realicen en los eventos proselitistas.

La parte que consideramos más importante son los eventos proselitistas, en esta fase es donde se desarrolla la relación que da las pautas y conductas de los actores sociales que intervienen en este proceso social, como son los electores y el candidato. Ya que es aquí en donde se desarrolla el imaginario de ambas partes para hacer política.

Estas son las fases que observamos tiene la elección de cargos públicos, las cuales se desarrollan de forma periódica, dependiendo si son a senadores, diputados locales y federales, jefes delegacionales y presidente de la república.

Es por lo que lo podemos considerar como un ritual, ya que sirve para que el candidato socialice con los electores del distrito en cual está compitiendo por el cargo, así como para reafirmar el voto entre los simpatizantes que tiene él y los del partido. Sirve también para que la gente le realice las demandas que tienen en su comunidad, y para que el candidato conozca problemas sobre los cuales debe trabajar en caso de que sea el ganador en las elecciones.

Mostramos dos tipos de relaciones horizontales y verticales. La primera relación se desarrolla de forma más común entre los electores y en ocasiones con el mismo candidato, cuando a éste conviene ser parte de la masa ciudadana. Es aquí en donde encontramos que sector que le da fuerza a los partidos políticos es la clase trabajadora que otorga su lealtad a una clases de gestores/intermediarios del sistema.

En los años noventa estos se convirtieron en una forma de intermediarios entre las instituciones y los ciudadanos, con lo cual fuero apoderándose de las candidaturas del partido, el PRI y después el PRD. Esto se debe en parte a la escisión de la clase trabajadora en dos sectores: un sector formal organizado en sindicatos, cuyos privilegios están garantizados por el sector público a través de su aparato político y legal, y un gran sector "informal" que carece de estabilidad en el trabajo y de protección salarial.

Lo que intentamos mostrar es el surgimiento de una nueva clase dominante, cuyo recurso principal es “el poder político basado en ciertos tipos especializados de conocimiento (basado en la gestión / intermediación entre el sistema y los ciudadanos), ha modificado la estructura social superponiéndole una estructura de poder sectorial basada en el clientelismo político.

En México las relaciones sociales, políticas y económicas se basan en intercambios en los que también intervienen factores culturales tales como los conceptos de lealtad y confianza, condicionados por la posición relativa de los protagonistas en la estructura de poder. No es lo mismo otorgar y recibir recursos entre iguales que entre desiguales.

Las relaciones verticales constituyen los canales que distribuyen la mayor proporción de los recursos en la estructura: el capital y el poder fluyen hacia abajo mientras el trabajo y la lealtad son succionados hacia arriba. La asimetría de los recursos intercambiados condiciona la asimetría de la relación misma: un individuo siempre recibe lealtad y servicio de su subordinado y da lealtad y servicio a su superior. Sobre la base de ello recibe compensaciones materiales y poder de su superior y otorga compensaciones materiales y poder a su subordinado.

La forma en la cual propusimos un nuevo análisis de la cultura política es la de que en el contexto de las relaciones sociales en las cuales esta inserta la cultura política, es que ésta es parte de la cultura en general y que es un ritual que se muestra de forma periódica y organizado en los mismo patrones.

Ahora que existe una competencia de partidos la manera de hacer el proselitismo político se desarrolla de forma idéntica cada que se tiene que renovar a los diputados, Presidente de la República, etc., que en este ritual esta inserto el mito la revolución mexicana, el cual dio al PRI la oportunidad de efectuar el proyecto de ritual que hoy se celebra de forma periódica, ya que es este partido que tuvo 70 años en el poder es el que le dio forma, a dicho rito

En estos momentos en el país el Partido de la Revolución Democrática, aún no propone una nueva forma de cumplir con los eventos de la campaña política, y sigue con los mismos esquemas que propuso el PRI.

Los eventos políticos han cambiado de actores pero no de forma, es decir, la forma en la cual se proyecta la imagen de los candidatos ante los lectores es la misma que propuso el Partido Revolucionario Institucional.

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, Jorge, "Cultura política y partido en México", Esteban Krotz (coord.), El Estudio de la cultura política en México, México, CNCA/CIESAS, México, 1996.
- Alonso, Jorge, "La antropología política y las elecciones en México", Nueva Antropología, Núm. 51, México, 1997.
- De la Peña, Guillermo, "La cultura política en los sectores populares de Guadalajara", Nueva Antropología, núm. 38, México, 1990.
- Castaingts Tellery, Juan, México: economía, mito y poder, Universidad Autónoma Metropolitana unidad Iztapalapa, México, 1994.
- Freud, Sigmund, Psicología de las masas, Alianza Editorial, México, 2000.
- Geertz, Clifford, La interpretación de las culturas, editorial Gedisa, Barcelona, 1996.
- Krotz, Esteban, "Antropología, elecciones y cultura política", Nueva Antropología, Vol. XI, Núm. 38, México, 1990.
- Krotz, Esteban, "Aproximaciones a la cultura política mexicana como fenómeno y como tema de estudio", Esteban Krotz (coord.) El estudio de la cultura política en México, México, CNCA/CIESAS, México, 1996.
- Krotz, Esteban, "Hacia la cuarta dimensión de la cultura política", Iztapalapa, México, UAM Iztapalapa, Núm. 12-13, México
- Lomnitz, Larissa, Redes sociales, cultura y poder: ensayos de antropología latinoamericana, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales y Miguel Ángel Porrúa librero-editor, México, 1994.

Lomnitz, Larissa y Claudio Lomnitz e Illya Adler, "El fondo de la forma: la campaña presidencial del PRI en México en 1988", Nueva Antropología Núm. 38, México, 1990.

Moscovici, Serge, La era de las Multitudes: un tratado histórico de la Psicología de las masas, FCE, México 1985.

Portal María ana y Aguado José Carlos, Identidad, ideología y ritual, Universidad Autónoma Metropolitana unidad Iztapalapa, México, 1992.

Tejera Gaona, Héctor, No se olvide de nosotros cuando esté alla arribá, cultura de la política , campañas electorales y demandas ciudadanas en el distrito federal, tesis de doctorado en antropología, México, UIA, 1999.

Turner, Víctor, La selva de los símbolos, siglo XXI, Madrid,1987.

Zintl, Reinhard, Comportamiento político y elección racional, Gedisa, 1998.