



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA IZTAPALAPA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA

LICENCIATURA EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

“Procesos electorales en la CDMX: El Consejo de Integración Vecinal de Iztacalco en la delegación Iztacalco”

Trabajo terminal

que para acreditar las unidades de enseñanza aprendizaje de

Trabajo de Investigación Etnográfica Aprox. Explicativa y Análisis Explicativo III

y obtener el título de

LICENCIADA EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

presenta

Vanessa Ferreira Ramírez

Matrícula No. 210350938

Comité de Investigación:

Director: Dr. Héctor Tejera Gaona

Asesores: Mtro. José González Rodrigo

Dr. Emanuel Rodríguez Domínguez

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
2. PROCESOS ELECTORALES EN LA CIUDAD DE MÉXICO	3
2.1 Partidos Políticos	4
2.1.1 Campañas electorales	5
2.1.2 Elecciones	12
2.2 Participación Ciudadana	16
2.2.1 Organizaciones Civiles	20
2.2.2 Redes Clientelares	21
3. DELEGACIÓN IZTACALCO	25
3.1 Ubicación Geográfica	25
3.2 Historia política	26
3.2.1 Logros durante el actual gobierno (avances en obras, servicios, programas sociales) .	26
3.2.2 Corrupción y nepotismo	28
4. CAMPAÑA A JEFE DELEGACIONAL PRI-PVEM EN IZTACALCO	35
4.1 Coalición PRI-PVM	38
4.1.1 El Candidato Emilio Serrano.....	40
4.1.2 La Trayectoria de Emilio Serrano (breve semblanza biográfica)	42
4.2 Redes Políticas	43
4.3 Asociaciones civiles lideradas por Emilio Serrano.....	45
4.4 Estructura de la campaña	47
4.5 El discurso y su eficacia.....	52
4.5.1 “Soy Amigo y Vecino”	55
4.5.2 “Voten por la persona, no por el partido”	56
4.5.3 “El único que puede ganarle al PRD somos nosotros”	58
4.5.4 “Las estadísticas nos ponen a la cabeza”	59
4.6 Eventos	60

4.7	Mítines y recorridos	63
4.8	Mercancía propagandística.....	67
4.9	Estrategia política	68
4.9.1	Labores comunitarias y <i>personalización política</i>	69
4.9.2	El fantasma del PRI	72
5.	CONCLUSIONES	74
5.1	Resultados de las elecciones	74
5.2	Después de la campaña	76
6.	BIBLIOGRAFÍA	79

AGRADECIMIENTOS

Primeramente le agradezco a mis padres, quienes me han apoyado hasta ahora tanto en mi vida personal como en mi formación académica en la medida de sus posibilidades; sin su apoyo y confianza que depositaron en mí no hubiera podido terminar la carrera. A mis hermanas que han sido una fuente de apoyo en todos los sentidos, por sus ánimos y pláticas que sirvieron para encontrar diferentes puntos de vista, por sus correcciones y comentarios para mi tesis. Continuando con mi familia, le estoy muy agradecida a mi tío Jaime quien influyó para que me apresurara a terminar este proyecto, a mi primo Samuel que me ayudó a corregir el archivo que tanto dolor de cabeza me causó.

No hubiera podido hacer esta tesis sin la guía de mi director el Dr. Héctor Tejera, quien a través de sus consejos, correcciones y comentarios me ayudó a terminar. Igualmente les agradezco a mis asesores el Mtro. José González y el Dr. Emanuel Rodríguez por aceptar el compromiso y tomarse el tiempo para revisar y comentar sobre esta.

Gracias a mi amigo Carlos Almeida quien nos consiguió el lugar para hacer el trabajo de campo, por hacerlo divertido y más llevadero durante todos esos meses, por el apoyo moral y todas las conversaciones que nos retroalimentaron y sirvieron para nuestro proyecto.

Agradezco también a quienes nos recibieron como parte de su equipo de trabajo en el C.I.V.I, sobre todo a su dirigente Emilio Serrano quien nos dio libertad para seguirlo durante la campaña.

A esa persona que alguna vez estuvo a mi lado apoyándome durante todos estos años y de quien ahora sólo me queda el recuerdo.

Pero sobre todo gracias a la persona más importante en mi vida y quien ha sido mi fuerza y mi inspiración para llegar hasta donde estoy, todo esto lo hago por y para ti hijo.

1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación es resultado del trabajo de campo realizado durante las elecciones intermedias que se llevaron a cabo en la Ciudad de México, específicamente en la Delegación Iztacalco en el año 2015. La intención de ésta es describir las formas mediante las cuales se realizan las campañas electorales y no electorales. Para ello comenzaré por explicar qué son y en qué consisten los Procesos Electorales en la CDMX; ya que es mediante estos procesos que los ciudadanos eligen a sus representantes y es posible ver la interacción que surge entre los políticos y la ciudadanía. Para hacerlo examinaremos el caso concreto del candidato a jefe delegacional de Iztacalco.

El propósito principal de este trabajo terminal es mostrar cómo el candidato Emilio Serrano utilizó una organización civil nombrada Consejo de Integración Vecinal de Iztacalco (CIVI) para obtener votos con el propósito de ganar las elecciones de 2015 en la entonces delegación Iztacalco. Este candidato ya había utilizado dicha organización en las elecciones de 2012 con el propósito de impulsar su candidatura para Diputado Federal de la República, meta que en esa ocasión logró.

Este trabajo profundiza en las estrategias utilizadas por el citado candidato, con la finalidad de explicar, por una parte, cuáles fueron las limitaciones que enfrentó en las elecciones de 2015; y por otra parte, los logros o alcances que tiene una campaña electoral sustentada en el apoyo de una organización que, en este caso, es encabezada por el candidato. Es importante establecer las características de dicha organización, como parte de la dinámica de la campaña, análisis que llevaremos a cabo posteriormente.

Con base en lo anterior, los objetivos de este trabajo son los siguientes:

- a) Demostrar que las organizaciones son útiles para que los candidatos obtengan más votos durante los procesos electorales y las razones de ello.
- b) Que los partidos prefieren buscar a líderes de organizaciones como candidatos, ya que estos garantizan una mayor cantidad de votos.
- c) Que las organizaciones son la base para realizar una campaña que facilita el trabajo proselitista.
- d) Que la gente siente más confianza en votar por candidatos que provienen de organizaciones civiles, debido a la cercanía que tienen con los ciudadanos.

La investigación se centrará en el candidato con el que se llevó a cabo el seguimiento de la campaña electoral: Emilio Serrano, candidato a Jefe Delegacional de Iztacalco por la coalición PRI-PVEM. Se hablará sobre cómo éste ha cimentado su carrera política con anterioridad y cómo no deja de mantenerse en el ámbito de la política por medio de asociaciones civiles que le permiten ejercer actividades políticas y sociales en la delegación de Iztacalco. Como la mayor parte de la investigación se llevó a cabo en la delegación Iztacalco, primeramente haré una breve descripción de ella, su ubicación geográfica así como una breve historia política de ésta; lo cual permitirá tener un mayor conocimiento acerca de la delegación y entender más sobre el comportamiento político dentro de la misma.

Después describiré y analizaré la campaña del candidato a jefe delegacional Emilio Serrano, quien como ya mencioné fue aspirante por la alianza PRI-PVEM. Ya que esta investigación está centrada en él y la personalización de este, se hará una extensa explicación no sólo de su campaña, si no que también hablaré de las actividades que ha venido realizando anterior y posterior a la campaña.

Se llevará a cabo la descripción de la campaña que seguí, la estructura y organización de esta. También, se mencionará la eficacia que ésta misma tuvo y cuáles elementos fueron fortalezas para los resultados obtenidos, así como las debilidades encontradas en ella. Para eso se tomarán en cuenta elementos importantes de ésta, como son: los recorridos, toques de puerta, el discurso manejado, los eventos públicos, mítines, la propaganda electoral y las estrategias políticas utilizadas en esta campaña.

Finalmente las conclusiones, se analizan los resultados obtenidos en las elecciones, así como las actividades que siguió realizando el candidato a pesar de no ser elegido delegado.

2. PROCESOS ELECTORALES EN LA CIUDAD DE MÉXICO

Para comenzar es importante saber qué es y en qué consisten los procesos electorales en la CDMX, para ello me apoyaré en la definición otorgada por la institución gubernamental correspondiente; de acuerdo con el IEDF (Instituto Electoral del Distrito Federal)¹“*el Proceso Electoral se conforma por el conjunto de actos que conllevan a la renovación periódica de los Diputados que integran la Asamblea Legislativa del Distrito Federal (recuérdese que hablamos de las elecciones del 2015, donde todavía no existía la Cámara de diputados locales), la elección del Jefe de Gobierno y de los Jefes Delegacionales (ahora Alcaldes).*

El Proceso Electoral comprende las siguientes etapas:

I. Preparación de la elección.- inicia con la primera sesión que el Consejo General celebre durante la primera semana del mes de octubre del año anterior en que deban de realizarse las elecciones ordinarias y concluye al iniciarse la jornada electoral;

II. Jornada electoral.- inicia a las 8:00 horas del primer domingo de julio y concluye con la entrega de los paquetes electorales al Consejo Distrital;

III. Cómputo y resultados de las elecciones.- inicia con la recepción de los paquetes electorales de las casillas en los Consejos Distritales y concluye con los cómputos de las elecciones respectivas; y

IV. Declaratorias de validez.- inicia al concluir el cómputo de cada elección y concluye con la entrega de las constancias de mayoría y las declaratorias de validez de las elecciones de Diputados a la Asamblea Legislativa y de Jefes Delegacionales hechas por los órganos del Instituto Electoral, o en su caso, con las resoluciones que emita el Tribunal Electoral del Distrito Federal. En el caso de la elección de Jefe de Gobierno, esta etapa concluirá con el bando expedido por la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, para dar a conocer a los habitantes del Distrito Federal, la declaración de Jefe de Gobierno electo que hubiere hecho el Tribunal Electoral del Distrito Federal”.²

¹ Actualmente Instituto Electoral de la Ciudad de México

² <http://www.iedf.org.mx/index.php/elecciones/organizacion-electoral-00/149-etapas-del-proceso-electoral/1250-etapas-del-proceso-electoral>

Es decir, que el proceso electoral corresponde al tiempo en que inicia la convocatoria para los puestos de gobierno a elegir, la aprobación de los candidatos, las campañas a realizar por estos, la elección por parte de los ciudadanos, la recolección de votos y su conteo, para finalmente terminar con el dictamen de los ganadores.

2.1 Partidos Políticos

Los partidos políticos son según Tejera “*organizaciones culturales en el sentido en que buscan implantar formas de alcanzar y relacionarse con el poder, y al hacerlo influyen en las formas en que la ciudadanía percibe el ejercicio y los objetivos de la política.*” (Tejera, 2014, p. 23)

Los partidos políticos según lo define el Instituto Nacional Electoral (INE):

*Son entidades de interés público que tienen como fin promover la participación de los ciudadanos en la vida democrática, contribuir a la integración de la representación nacional y como organizaciones de ciudadanos, hacer posible el acceso de estos al ejercicio del poder público, de acuerdo con los programas, principios e ideas que postulan y mediante el sufragio universal, libre, secreto y directo.*³

Para complementar la definición anterior agregaré la dada por La Ley General de los Partidos Políticos que dice:

Los partidos políticos son entidades de interés público con personalidad jurídica y patrimonio propios, con registro legal ante el Instituto Nacional Electoral o ante los Organismos Públicos Locales, y tienen como fin promover la participación del pueblo en la vida democrática, contribuir a la integración de los órganos de representación política y, como organizaciones de ciudadanos, hacer posible el acceso de estos al ejercicio del poder público. (Ley General de los Partidos Políticos, 2014: 2)

Entonces tenemos que los Partidos Políticos son entidades públicas que tienen el reconocimiento para realizar sus obligaciones y responsabilidades ante la ciudadanía, representar a estos mediante la

³ http://portalanterior.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/Informacion_de_Los_Partidos_Politicos/

elección democrática, es decir por medio del voto serán elegidos, incentivar la participación de la ciudadanía en la toma de decisiones así como la cooperación entre organizaciones, partidos e instituciones gubernamentales. Los ciudadanos son libres de afiliarse a ellos y queda prohibida la intervención de terceros, según la Ley General de los Partidos Políticos.

2.1.1 Campañas electorales

Las campañas electorales son los espacios legales que permiten a los partidos políticos y a candidatos independientes promoverse a través de eventos proselitistas, en los que se pretende dar a conocer su proyecto para mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos y permitir el desarrollo del país, mediante propuestas y proyectos que de ser elegidos podrán llevar a cabo. En este espacio es donde podemos observar cómo se lleva a cabo el acercamiento de los ciudadanos con los políticos y viceversa. Durante este periodo es que se hace visible la relación que se establece entre ciudadanos y partidos políticos. Tejera menciona que:

Las campañas eslabonan, condensan y expresan múltiples aspectos de las relaciones sociopolíticas, ya que están sujetas a determinaciones generales marcadas por el contexto político y económico en que se realizan, así como a posibilidades y límites que derivan de la organización y estructura de cada partido político e, incluso, de las formas de elección y procedencia de los candidatos (Tejera, 2003: 11).

En este ámbito podemos presenciar las relaciones que se establecen entre los partidos políticos y ciudadanos, así como también se hacen notorias las redes clientelares, cómo es la organización interna de los partidos y la forma de selección de sus candidatos; qué aspectos son importantes para que un candidato sea elegido y tenga posibilidades de ganar la confianza y simpatía de la ciudadanía. Además, es el espacio donde se hacen presentes las estrategias que utilizan los partidos para darles ventaja a sus candidatos sobre sus contrincantes, por medio de campañas de desprestigio como son los escándalos sobre corrupción, malas administraciones y otras ilegalidades. Se hacen notorias también, las relaciones e intereses que surgen entre los partidos políticos, ya que se suelen realizar alianzas y coaliciones entre los diferentes partidos políticos con fines estratégicos y de interés común entre los involucrados.

Durante las campañas electorales los ciudadanos pueden interactuar directamente con los políticos, puesto que, en los recorridos, mítines, toques de puerta y otros eventos, el candidato se ve en la necesidad, pero sobre todo de la obligación moral, de encontrarse cara a cara con la ciudadanía y de este modo darles a conocer su proyecto político como candidato y como miembro de un partido al cual pertenece. Durante estos encuentros surgen situaciones tales como los reclamos por parte de los ciudadanos que le expresan su inconformidad, abordan a los candidatos -algunas veces agresivamente-, para hacerles saber su molestia ante la falta de cumplimiento de compromisos, injusticias sociales, falta de programas, lo que necesitan para mejorar sus viviendas, servicios de los que carecen (como agua, luz, drenaje, etc.), la inseguridad de la cual es víctima su localidad, entre muchas otras afectaciones que viven día a día.

Debido a que el candidato se encuentra en cierto estado de vulnerabilidad ante la sociedad a razón de que se encuentra haciendo campaña y debe cuidar su imagen e intentar ganarse la confianza y el apoyo de la gente, no le queda de otra que serenarse y aceptar las críticas y reclamos provenientes de la ciudadanía. De igual forma, comprometerse ante ellos a cumplir las demandas y peticiones que le hacen llegar aunque realmente no tenga la intención de hacerlo, porque muchas veces está fuera de sus funciones y de los intereses del partido al que representa. Mostrar interés en los problemas sociopolíticos que están presentes en la localidad, todo esto con la única finalidad de ganar más votantes a su causa.

Las promesas al aire que realizan los candidatos dan pauta al gran problema del incumplimiento de los compromisos que al pasar de los años han ido desgastando la confianza que los ciudadanos alguna vez depositaron en los políticos. Sin embargo, con la finalidad de ganar las elecciones los partidos arriesgan la poca credibilidad que aún poseen, en este momento de las campañas es en donde podemos ver cierta subordinación por parte de ellos, ya que intentan mostrar interés en la problemática de la localidad, así como alentar la participación ciudadana.

A pesar de que el candidato tiene la tarea de exponer su proyecto para mejorar la situación de la localidad, el ciudadano no se ve obligado a escuchar las palabras que el candidato tiene que decir, esto muchas veces es porque la gente no está interesada en la política. Otros ya han perdido, como ya mencioné, la confianza en los políticos a quienes ahora miran de corruptos, rateros, asesinos y mentirosos, todo esto a raíz de la mala administración y de los malos gobernantes que han cometido delitos y estos quedan impunes ante la falta de justicia que hay en el país, el pésimo desempeño

tanto de partidos como de políticos que no logran ni el 20% de la aprobación del ciudadano en cuanto a eficiencia, transparencia y cumplimiento de sus propuestas. Sobre lo anterior una encuesta que ordenó realizar el IFE⁴ (actualmente INE) en el año 2014, dio a conocer que:

Por un lado los mexicanos no se sienten representados, no tienen confianza en los actores clave de la democracia ni en las instituciones teóricamente más cercanas y visibles del Estado: los partidos políticos (19 por ciento confía mucho o algo) y los diputados (17 por ciento confía mucho o algo). (La Jornada, 2014:16)⁵

Con lo cual podemos comprobar que más del 80% de los ciudadanos no confían ni en los partidos políticos ni en los políticos. A raíz de ello es que la ciudadanía ha perdido, con el paso de los años, el interés en asuntos políticos, de modo que los partidos se ven en dificultades para lograr grandes números en las urnas. Si el ciudadano común ni siquiera tiene el interés en dichos asuntos, no lo tendrá en asistir a un mitin de cualquier candidato, y mucho menos de sentarse y quedarse las horas a escuchar todo el discurso. De modo que, han tenido que incurrir en diversas prácticas que les ayuden a atraer la atención de la gente a sus eventos, por ello se gastan millones de pesos en mercancía de los candidatos y sus partidos para regalarlos a las personas, pero no es tan simple.

Ante las exigencias de la ciudadanía, los partidos han tenido que buscar cosas que puedan ser útiles para la gente y no sean desechados de inmediato y sin siquiera haberles echado una ojeada; de modo que los folletos políticos propagandísticos con información vienen al reverso con las líneas del transporte como el del metro, metrobús y mexibús, otros como las tarjetas de presentación contienen atrás un calendario. De esta forma, dicha publicidad puede ser conservada y leída debido a que resulta de utilidad para las personas. Las típicas playeras y gorras, así como mandiles, bolsas de tela, tortilleros, plumas, mochilas, relojes, cuadernos, termos, chanclas, etc.... todo esto con el fin de que los ciudadanos no los desechen tan fácilmente por ser de un partido con el cual no tienen una afinidad. Además, es una forma inteligente para que otras personas ajenas a su partido y a las cuales no les tienen que pagar por promocionarlos usen dichas vestimentas o utensilios que les permitan

⁴ El Instituto Federal Electoral (IFE) fue el organismo responsable de cumplir con la función de organizar las elecciones federales de México, es decir, las relacionadas con la elección del Presidente de México, Diputados Federales y Senadores que integran el Congreso de la Unión. Fue la máxima autoridad administrativa en la materia electoral en los Estados Unidos Mexicanos en el periodo 1990-2014. [En línea]. Disponible en:

https://es.wikipedia.org/wiki/Instituto_Federal_Electoral [Consultado: julio, 2017]

⁵ <http://www.jornada.com.mx/2014/04/28/politica/016n1pol>

transmitir su mensaje, el de apoyo al partido ante las demás personas. Si bien es cierto que no todas las personas que ocupan aquellos objetos van a votar o son afines por ese partido, muchas veces se ven influenciados por la mercancía que les ha sido regalada, al ser coaccionados debido a que les genera se sientan en deuda por que se les ha obsequiado algún producto y por ello tengan que devolver el favor a través del voto.

Algo que suele suceder durante las campañas cuando el candidato pertenece al partido que gobierna en ese momento en la delegación o el país es que tiene cierta ventaja, pues la administración se guarda los programas sociales -que son sin fines políticos- y los retienen antes de que inicien las campañas para que cuando sean tiempos electorales los otorguen y decir que el partido en turno es quien los da, engañan a la gente y les hacen creer que es gracias a ellos que tienen la ayuda, también les dicen que en caso de perder las elecciones el partido en turno, ya no se les darán esos apoyos, aunque sean programas sociales gubernamentales sin fines de lucro.

Las campañas tienen como finalidad que los partidos políticos den a conocer a sus diferentes candidatos, así como sus respectivos proyectos políticos y su forma de gobernar a la ciudadanía, a través de diferentes medios de comunicación o de manera directa. Por medio de internet, televisión, medios impresos, radio, recorridos y en espacios públicos. Es durante este periodo que se permite, hasta cierto punto, el bombardeo de *spots* publicitarios de los diferentes partidos y sus candidatos a puestos de gobierno. A pesar de que existen topes en los gastos de las campañas, no los respetan y exceden su publicidad a lo largo y ancho del país. Fuera de los tiempos electorales establecidos por el IEDF es ilegal y amerita sanciones que van desde multas hasta la suspensión de los candidatos. Sin embargo, a pesar de las multas multimillonarias que el INE impone a los diferentes partidos por infringir estas normas, siguen haciendo proselitismo fuera de tiempo, también violan las leyes sobre lo que se puede o no transmitir en los *spots* y excediendo el presupuesto pues al final el dinero para pagar las multas sale del contribuyente.

Pero el hartazgo de la gente sobre el tema de la política y sus políticos corruptos es tal que cuando llegan los periodos de las campañas electorales tienden a reclamar a los candidatos sean del partido que sean, si se los llegan a topar por las calles. A razón de despilfarrar el dinero en *spots*, carteles, volantes -que al final de las campañas se convierte en toneladas de basura-. La ciudadanía ha mostrado su inconformidad acerca de ese tema en repetidas ocasiones. Ahora a través de las redes sociales las personas hacen notar su molestia a partidos, candidatos o empresas por el excesivo

gasto y bombardeo de propaganda. Un caso que molestó mucho a la ciudadanía fue el de los spots del Partido Verde de México (PVM) en los cines del país, los cuales incluso se repetían hasta tres veces entre los avances de películas, lo cual molestó a varios usuarios quienes hicieron notar su molestia en las redes sociales de los respectivos cines. Sin embargo, el INE apuntó que no incurrían en faltas por lo que el PVM dijo que no los removerían, incluso los ciudadanos se quejaron en las redes de dichos partidos por el exagerado gasto en publicidad, a través de Facebook, Twitter o Youtube.

Este último sitio web también tuvo quejas en las campañas electorales para Presidente de la República 2018 del candidato por el PRI, José Antonio Meade, por parte de usuarios quienes se quejaban debido a que al entrar a la página de Youtube, aparecía el anuncio del candidato. Además, en Google al hacer una búsqueda sobre cualquiera de los otros candidatos presidenciales aparecía un anuncio pagado del candidato priísta, lo que generó controversia, pues habría gastado mucho dinero para pagar dichos anuncios.

También sucede que a través de Facebook o Twitter los usuarios muestren su apoyo a los candidatos, por lo que suelen suscitarse conflictos entre personas de intereses opuestos. Las redes sociales les han permitido a los ciudadanos cierta libertad para hacer llegar de manera parcialmente anónima su molestia a diversos candidatos y partidos, pero también ha permitido que los estos se cuele en la privacidad de la gente a través de correos y anuncios en época electoral, por medio de mensajes cortos por los cuales hacen llegar su proyecto político a más gente. Pero sobre todo se encuentran *spots* publicitarios en televisión y radio, los cuales no sólo son repetitivos si no que abundan más de unos partidos que otros, eso sin mencionar la censura de la cual son víctimas algunos partidos, tal es el caso del partido Morena.

Los folletos con los colores representativos del partido y con la típica foto del candidato con una sonrisa en su rostro vestido formalmente y con una que otra propuesta y sus redes sociales, también los hacen llegar hasta la puerta de nuestro hogar. Sin embargo, no es del mismo común ver a los candidatos en las calles, muchos de ellos realizan recorridos y toques de puerta en zonas donde tienen redes con algunas personas que les aseguran y garantizan el apoyo de la gente o donde son ya conocidos porque de ahí son, o ya llevan un buen tiempo viviendo en la zona, no se van a arriesgar a ir a un lugar donde no apoyan al partido o donde la gente no va a salir a verlos.

Durante las campañas electorales podemos observar cuál es la postura que tienen muchos ciudadanos con respecto a las elecciones. Hay gente que ve a un candidato y se acercan para ver qué les regalan, para tomarse la foto, para reclamar, para pedir algo o para mostrar apoyo si es de su agrado el partido. También hay quienes se acercan esperando poder trabajar para el candidato, le ofrecen sus servicios y su apoyo o hay quienes son líderes de alguna asociación civil y buscan tener una alianza con algún candidato para obtener un puesto en la delegación a cambio de su ayuda y el de su organización, esto en beneficio de ambas partes.

Para el candidato es importante reflejar una imagen amistosa, cordial, responsable y comprometida para con los ciudadanos, de ese modo logra la confianza de la gente y por ende su voto. Por ello, es que los candidatos recurren a ciertas estrategias, como son tomarse fotos con la gente en estado vulnerable (gente en situación de calle, ancianos, personas con discapacidad, etc.) y niños; después son subidas a sus redes sociales para mostrarle a la gente su preocupación y empatía por estas personas, que son cercanos al pueblo y hacerles creer que van a trabajar (durante su gobierno), para mejorar las condiciones de vida y proveerles de programas sociales. Así van ganando la simpatía de la gente, quienes a su vez les platican a otras personas sobre lo que el candidato hizo y prometió, de este modo la gente va convenciendo a otros de que es una buena opción votar por él o ella.

Durante las campañas la imagen de los candidatos debe conservarse “limpia”; es decir, que no surjan escándalos que puedan perjudicarla y restarle votantes, debido a ello sus adversarios suelen empezar guerras sucias durante las campañas electorales e incluso desde antes para dañar la imagen de los otros, a través de escándalos en los que exponen las irregularidades de su campaña o casos de corrupción, nepotismo, desvío de recursos públicos, o escándalos sexuales. De este modo los votantes repensarán su voto y esto les da oportunidad de ser una opción a los otros candidatos.

Otra cosa que influye en las votaciones son las encuestas, las cuales se realizan periódicamente durante las campañas electorales y que permite a los ciudadanos y a los candidatos tener una visión del posible resultado el día de las elecciones. Las encuestas son realizadas por diversas encuestadoras y medios de comunicación, algunas de ellas son pagadas por los partidos políticos por lo que suelen ser tendenciosas y favorecer a sus candidatos, se falsean los datos de manera que la gente crea que cierto partido va ganando, mientras que otros no tienen forma de triunfar; de esa manera la gente podrá poner en duda su elección por un candidato. Aunque si los ciudadanos se mantienen informados por diferentes medios de comunicación y encuestas se puede dar cuenta que

hay algunos de estos que no son veraces. Actualmente, la manipulación de los medios de comunicación es algo muy común y al serlo también es más conocido por las personas quienes a través de diferentes medios de comunicación, ya no solo la televisión, si no a través de redes sociales o medios de comunicación extranjeros se informan de la verdad sobre lo que acontece en el país en torno a la política.

Muchas de las veces los escándalos políticos son encubiertos por los medios nacionales que suelen favorecer a algún partido, ya que han pactado por cuantiosas cantidades de dinero y concesiones, de modo que los noticieros hacen lo posible por defender y ocultar la información que no beneficie al candidato. Antes era muy fácil manipular a la gente a través de los medios de comunicación ya que eran escasos, pero ahora con las nuevas tecnologías y el fácil acceso a éstas ha permitido que la gente esté más informada a través de otros medios no nacionales. Además se ha logrado que casi cualquier persona suba información en redes sociales, por medio de videos, fotos, etc., que denuncien, exhiban y desenmascaren a los políticos corruptos a pesar del encubrimiento por parte de algunos medios. Debido a esto es que la ciudadanía puede estar mejor informada sobre la verdad y le da la capacidad de analizar y pensar qué aspirante es mejor opción para el país o su comunidad.

Igualmente tiene mucho que ver la educación y conocimientos que poseen las nuevas generaciones, la adquisición de nuevos conocimientos que le permiten analizar y cuestionarse acerca de la realidad que se le presenta. Gracias a tecnologías que les da acceso a diversas fuentes de información, así como el contacto con personas de otras partes del país.

Durante las campañas electorales los ciudadanos tienen suficiente tiempo para informarse sobre los candidatos y sus propuestas para determinar su voto de forma informada y razonada. También, hay quienes optan por anular su voto o abstenerse de votar debido a que:

Ninguna de las ofertas partidistas representa sus intereses, ni le convencen por sus malas actuaciones al momento de gobernar. Los que recurren a esta práctica intencionalmente por lo general son ciudadanos informados, que consultan las plataformas de los partidos en época electoral y dan seguimiento a las gestiones de los distintos gobiernos. (Torres, 2017: 40-41)

Buscar información sobre los candidatos y estar al pendiente de sus actos políticos y lo que se dice sobre ellos lleva al ciudadano a encontrar diversas razones para no votar por ninguno de ellos, las

malas gestiones, el desvío de recursos, la falta de propuestas realizables o la existencia de propuestas que ellos no apoyan, conduce a la gente a formarse aquella opinión y abstenerse del voto. No considerar las votaciones como una democracia y pensar que de nada sirve votar porque las elecciones están amañadas, existen muchas razones que llevan a los ciudadanos informados a no votar por ningún candidato.

2.1.2 Elecciones

Las elecciones son el proceso mediante el cual la ciudadanía elige a sus representantes, quienes son elegidos democráticamente a través del ejercicio del voto, se mantienen en el poder por un tiempo limitado; durante ese periodo gobiernan a los ciudadanos y deben cumplir las promesas que hicieron en campaña.

A través de las votaciones es que se lleva a cabo este proceso de elección de candidatos, en el que los ciudadanos que ya han cumplido la mayoría de edad⁶ acuden a las urnas para emitir su voto por quienes consideran que se ajustan a sus demandas y necesidades. Entendemos que:

El voto es un medio de expresión política de la voluntad individual. El hecho de que en una sociedad sea posible votar tiene el propósito de permitir e impulsar la participación de la ciudadanía en la selección de quienes habrán de tomar las decisiones de afectación general: los representantes populares.
(Torres, 2017: 30)

Pero la realidad en México es que, debido al mal desempeño de las autoridades en el gobierno la ciudadanía se abstiene de participar en asuntos políticos o ceda su voluntad por falta de recursos económicos vendan su voto por unos cuantos pesos. Ello ha traído consigo que los ciudadanos no acudan a las casillas a emitir su voto o que lo anulen, esto debido también a la falta de credibilidad de instituciones quienes no defienden el voto y pasan por alto la compra de votos y el acarreo masivo de ciudadanos vulnerables⁷ a las urnas, lo que representa un grave problema para la democracia del país. Siguiendo con Torres-Ruíz:

⁶ En México es a los 18 años

⁷ Entiéndase de escasos recursos o personas que trabajan para un patrón que sirve a un partido.

Las sociedades caracterizadas por grandes desigualdades económicas y sociales, con una acentuada pobreza o con una clase política corrupta que comete injusticias e ilegalidades recurrentes, o en donde como parte consustancial del funcionamiento del sistema político se cometen abusos de autoridad, se cooptan o se compran los sufragios de los más desfavorecidos, son sociedades en las que el voto formal sea de acceso generalizado, éste pierde su fuerza y significado, y ante semejante contexto, aleja de la esfera electoral –o puede hacerlo- a un buen número de ciudadanos desencantados y desilusionados de la utilidad de la democracia, de su funcionamiento, incluso de su pertinencia. (Torres, 2017: 29)

El derecho al voto ha permitido que las sociedades sean más democráticas y que a su vez la gente pueda tener representantes que estén en pro de los intereses y necesidades de los ciudadanos, así mismo debe permitir que la gente decida si un gobernante continua o se va de la administración por no cumplir con las demandas de los ciudadanos y sus promesas de campaña, así como por corrupción, desvío de recursos, traición a la ciudadanía al no contemplar las exigencias sobre algún tema que afecte la localidad. Debido a que:

Contar con el derecho al voto cambia las sociedades, las hace más democráticas, más plurales, más abiertas a los deseos y aspiraciones de los distintos grupos que componen una comunidad política. Da la posibilidad de alternancias, de cambios en la conducción de las sociedades, de que los distintos proyectos políticos se contrasten y se pongan a prueba en el ejercicio del poder político, lo que permite a los ciudadanos discernir, discutir y decidir en torno a distintas ofertas y posibilidades de gobierno. El voto es un mecanismo indispensable y sumamente significativo para que los individuos expresen sus intereses, necesidades y demandas y, en busca de ellas, otorguen su respaldo a los grupos políticos que las abanderarán. Sin el voto garantizado para toda la ciudadanía -en condiciones de equidad- no puede haber democracia alguna. El Estado y sus instituciones tienen la obligación de garantizarlo y protegerlo en todo momento. (Torres, 2017:30)

El voto no es el reflejo fiel de lo que la mayoría de los individuos desean para su nación o localidad, pues al menos en el caso mexicano se ha visto que las elecciones han sido fraudulentas y en las que se han prácticamente impuesto candidatos que no tenían el respaldo de la ciudadanía, a

pesar de la compra de votos y el acarreo no lograban ganar y sin embargo lograron hacer fraude en las elecciones. Las instituciones que están encargadas de ver que las elecciones se lleven a cabo de manera pacífica, ordenada y democrática, así como defender el voto ciudadano terminan encubriendo tales delitos, pues se ha sabido de consejeros a los cuales les han pagado grandes cantidades de dinero los partidos para que no reciban castigo invalidando las denuncias que reciben por parte de otros partidos y ciudadanos.

Al igual que hay personas que piensan, analizan y razonan el voto, también hay quienes no lo hacen porque no tienen interés en asuntos políticos y prefieren simplemente venderlo al mejor postor, algunos son acarreados a votar por quienes sus patrones o líderes sindicales les obligan a elegir. Aunque está considerado como un delito electoral, es una práctica normalizada, por lo menos en México, lo cual resulta en un grave problema para la democracia en el país, pues quienes gobiernan solo lo hacen para satisfacer sus propios intereses a través de leyes que los protegen mientras roban el dinero del erario destinado al mejoramiento y desarrollo del país, a través de servicios públicos y programas sociales. Por tal motivo, los partidos pelean los puestos de gobierno ya que es su fuente de enriquecimiento ilícito, lo cual los lleva a engañar en sus discursos de manera que la gente vuelva a confiar en ellos, les prometen que de ahora en adelante no volverán a hacerlo, además de prometer que no permitirán que otros lo hagan. Porque sí hay quienes lo aceptan descaradamente como sucedió con el ex alcalde de San Blas, municipio de Nayarit perteneciente al PAN, Hilario Ramírez Villanueva quien: “[...] *reconoció que robó “poquito” de las arcas municipales durante su primer gestión y levantó, en público, la falda a una chica con la que bailaba.*”⁸ (El Universal, 2016). A pesar de sus declaraciones se pretendía postular para la gubernatura de Nayarit, aunque después dijo que sus declaraciones se trataban de una broma.⁹

Pero también hay votantes quienes por algunos medios de comunicación como son la televisión, la radio y periódicos se enteran un poco sobre los candidatos de los diferentes partidos, se dejan llevar por lo que estos medios tienen que decir sobre dichos candidatos y eso influye en la manera en la que votan. Incluso hay quienes votan por cierto partido solo porque en la televisión dijeron que era la mejor opción para el país. De igual forma, hay quienes analizan más a fondo a los candidatos, pero cuando son las elecciones presidenciales a quienes se les da mayor cobertura obviamente son a los aspirantes a presidente, lo que deja de lado a varios puestos menos importantes, por ello la

⁸ <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/estados/2016/10/16/layin-alcalde-que-robo-poquito-va-para-gobernador>

⁹ Actualmente se encuentra acusado de haber desfalcado a la alcaldía por 12 millones de pesos.

información que recibe la gente es básicamente sobre los postulantes presidenciales, a gobernadores y tal vez alcaldías. Si a ello le sumamos que el mayor porcentaje de la población tiene cierta indiferencia a la política, nos encontramos con que sólo tienen decidido por cuál candidato va a votar para presidente, mientras que para los demás puestos “menores” no sabe ni siquiera quiénes son los candidatos y mucho menos está enterado de sus propuestas, por ello, al votar en casillas tienden a hacer lo que Tejera menciona que:

Voto cascada, lo que significa que, en términos generales lo electores votaron por un determinado candidato a jefe de Gobierno y cruzaron o marcaron las boletas de senadores plurinominales, diputados locales y diputados federales guiándose por el partido al que pertenecía el primero [...] (Tejera, 2003: 12).

Lo cual termina siendo un problema para los ciudadanos, que no conocen quiénes son sus representantes, no saben ni por quién votaron y cuáles eran sus propuestas. Una vez en el gobierno los candidatos elegidos realizan sus proyectos y es cuando la gente se da cuenta que las propuestas no van con sus intereses personales e incluso los afectan.

En el día de las elecciones se suscitan conflictos por parte de partidos y ciudadanos, se infligen las leyes debido a que se realizan actos ilegales, como la compra de votos, el acarreo a las urnas para obligar a ciertos sectores de la población a que voten por determinado partido, el saqueo y quema de urnas por falta de votos que favorezcan a su causa, la alteración de resultados en actas y en los conteos.

Estas prácticas se han ido naturalizando de modo que es de esperar que sigan ocurriendo en las votaciones, las leyes no siempre se hacen cumplir para los responsables y los culpables se deslindan de dichos altercados. Pero incluso la ciudadanía va conociendo quiénes son los líderes afiliados, así como también los que trabajan y se dedican al acarreo de votantes; incluso hay partidos que con el tiempo han normalizado la práctica por falta de sanciones severas pues cuentan con el respaldo de las instituciones y lo siguen haciendo de manera descarada y sin castigos para aquellos que viven en la impunidad de sus delitos. Ello provoca el miedo e incertidumbre de los votantes, sucede que cuando el partido en turno tiene más gente trabajando a su lado y no quiere perder en las votaciones, provoca este tipo de conflictos entre los habitantes, convoca a la gente a votar por ellos o de lo contrario tendrán represalias con aquellos quienes apoyen a otros partidos, desde las campañas se hacen notar limitando los eventos de los contrincantes en zonas que dominan ellos, amedrentando a

la gente y provocando altercados violentos que terminan con heridos, de modo que siembran el miedo de asistir a eventos o colocar propaganda de otros partidos.

A la hora de las votaciones suelen provocar disturbios en las zonas donde saben que no tienen el respaldo ciudadano y pueden perder, esto con el fin de anular las casillas. Existen lugares más violentos donde incluso llegan con armas para someter a la gente mientras roban y queman las urnas, de modo que los ciudadanos no puedan hacer algo al respecto.

Ante estas situaciones los partidos pueden enviar representantes de sus partidos, además del acceso a ciudadanos en calidad de observadores en las casillas para que chequen que las elecciones en ellas se lleven a cabo correctamente; se respeten y avalen los resultados que ellos supervisan en el recuento de votos. Además, ver que no se favorezca en los votos a algún partido en especial, así como denunciar cualquier anomalía que puedan observar. Es obligación de los ciudadanos contribuir a la democracia a través del ejercicio del voto; también el involucrarse en la toma de decisiones, la defensa del voto y sus intereses ante los partidos y las instituciones.

2.2 Participación Ciudadana

La participación ciudadana refiere al derecho de los votantes a colaborar e influir en la toma de decisiones mediante el sufragio, como bien menciona Álvarez:

La participación ciudadana tiene una misión sustantiva en lo que compete a la construcción de ciudadanía, y esto ocurre al menos en tres dimensiones. En primer lugar, en la extensión del derecho a participar en la toma de decisiones, de la emisión del voto al involucramiento de los individuos en ámbitos específicos del quehacer político y gubernamental. En segundo lugar, en la posibilidad de trascender el ejercicio de los derechos políticos, como requisito mínimo de la condición ciudadana, y propiciar, a través de la injerencia en los procesos decisorios, la promoción y vigencia de otros derechos: cívicos, económicos, sociales y culturales, mediante la intervención de los ciudadanos en la formulación de dispositivos legales y políticas que hagan efectivos estos derechos. Finalmente, este tipo de participación, demanda la constitución de individuos y sujetos autónomos y corresponsables con la vida pública, que tengan, sí, la capacidad de demandar acciones, reformular políticas y configurar propuestas, pero que estén

también dispuestos a aceptar responsabilidades y a hacerse cargo de las exigencias que conlleva la regulación de vida pública. (Álvarez, 2012: 2-3).

Los ciudadanos poseen la capacidad y el derecho de involucrarse en el ámbito político para incidir en la toma de decisiones que los gobernantes pretendan tomar para mejorar los servicios públicos, aumentar los programas sociales, así como para el desarrollo de la comunidad en general, sin embargo aunque posean esta capacidad muchas veces prefieren relegar su derecho por falta de conocimiento, interés, tiempo o porque el mismo gobierno no les brinda los espacios necesarios para ello. Ya que no solo la participación ciudadana recae en el votar, como se menciona, también implica la participación en la toma de otras decisiones, como es en la aprobación de leyes o proyectos infraestructurales que se llevan a cabo por la administración en turno, decidir en qué se quiere que se gaste el presupuesto, etc.

El problema de la falta de participación viene por el insuficiente apoyo brindado por las instituciones hacia los derechos del ciudadano en la toma de las decisiones sobre políticas públicas, ya que estos organismos no hacen valer y respetar el legítimo deber que tienen los ciudadanos para incidir en la resolución de estas. Las instituciones no incentivan a la ciudadanía a participar en el diseño de proyectos, mejoras en la comunidad e implementación de políticas, lo que conlleva a la mínima o nula participación excepto para quizá elegir a sus gobernantes.

La incorporación del ciudadano a Partidos Políticos para poder tomar decisiones en aspectos políticos, colaborar haciendo propuestas y/o creando proyectos que permitan combatir la delincuencia, el rezago educativo, la falta de empleo, el escaso o mal estado de servicios públicos que le aquejan es también una forma de la participación ciudadana. El problema con la afiliación a un partido es la falta de apoyo que otorgan los partidos, sus objetivos son otros y no prestan atención a las propuestas de todos sus afiliados, es necesario poseer cierto prestigio dentro de este ámbito, tener conocidos, para poder influir en las toma de decisiones del partido.

La desconfianza que tienen los ciudadanos hacia los partidos e instituciones también es una limitante, la corrupción que reina dentro de estos provoca que no sean entidades confiables en las que los ciudadanos que buscan un cambio e influir en la toma de decisiones para el mejoramiento y progreso de su entidad y en asuntos que le competen no se afilie a los partidos o acuda a las instituciones pertinentes.

Dentro de las estructuras de los partidos existe una normatividad que limita el acceso de cualquier persona, si bien a estos les conviene tener más afiliados no representan más que eso, el número que les permita ganar; ya que las propuestas y decisiones que se toman son por parte de los altos mandos los militantes no influyen en eso.

En cambio si los ciudadanos primeramente se organizan conformando lo que es la participación ciudadana no institucionalizada, es decir, constituyen un fuerza de manera independiente a partidos políticos o instituciones gubernamentales suelen tener mayor libertad, de igual forma logran ser más exitosas en sus proyectos que si lo hicieran por medio de las instituciones porque están enfocadas en problemas que les son propios y por los que tiene interés en lograr una solución.

De modo que la participación ciudadana no institucionalizada logra abrir más espacios y caminos a través de la clientelización de su movimiento. Al ser independientes y autónomas pueden pactar con diferentes partidos o instituciones para obtener un apoyo bilateral, de igual modo pueden desligarse de ellos al lograr o no sus objetivos, pueden pedir el apoyo a las diferentes instancias en base a sus necesidades y al compromiso que tengan con ellos. También, existen personas líderes de estas organizaciones que se afilian a un partido en busca de algún beneficio y a través del apoyo de su gente obtiene presencia dentro de éste.

El problema es que muchas veces la presencia que tienen los ciudadanos dentro de la arena política, donde se llevan a cabo las relaciones de poder en las que si los líderes ciudadanos no tiene mucho peso, no pueden incidir en la toma de decisiones. En las instituciones en las que como ciudadanos pueden intervenir, son limitantes. Como menciona Álvarez *“No obstante su diversidad y su pluralidad, los espacios institucionales para la participación son escasos y limitados en sus atribuciones. La mayor parte de ellos tienen funciones consultivas, de interlocución y de gestión, y difícilmente permiten el involucramiento de la ciudadanía en los procesos decisorios.”* (Álvarez, 2008: 116)

Los ciudadanos crean sus propias organizaciones a través de las cuales intentan lograr espacios de atención a sus problemas, para hacer frente ante instituciones gubernamentales que no les permiten tomar las decisiones finales sobre en qué debe destinarse el gasto público, así como qué programas sociales son necesarios, etc., debido a los trámites pesados que deben de llevarse a cabo para poder ser tomados en cuenta. La creación de estas organizaciones es para que se les permita tener mayor relevancia y que se les tome en cuenta en la resolución de los problemas.

También es que se fortalecen a dichas organizaciones a través de la búsqueda de apoyo por parte de sus mismos familiares, amigos y vecinos; ya que un ciudadano u organización pequeña no llega a influir directamente en la toma de decisiones por ser minoría, debido a que no tienen el suficiente respaldo que represente un peso para afectar la decisión ante las instituciones. Los ciudadanos participan en base a sus propios intereses, es decir, en lo que les va a beneficiar o perjudicar, por lo que no siempre se da la participación por parte de toda la ciudadanía. Además, muchas veces los que participan en movimientos de gestiones y demandas es porque les afecta el problema, pero en cuanto se resuelven dichas situaciones suelen disolver la organización, muy pocas veces trasciende por sobre sus objetivos iniciales. Aunado a eso, el tiempo del que dispone la gente es poco, sólo se involucran utilizando lo necesario para ayudar en la solución del problema y una vez arreglado vuelven a sus actividades cotidianas, ya que muchos trabajan y no tienen mayor interés en ese tipo de actividades.

Para que sean escuchados los ciudadanos, es necesario ejercer presión a las autoridades, de manera que la gente debe estar bien organizada, unida y sobre todo tener la facilidad de convocar y mover masas de gente. Una manera muy común en que las organizaciones obtienen la atención del gobierno es a través de manifestaciones y bloqueos en avenidas principales para que el impacto sea mayor y de esa forma las autoridades se enteren sobre el problema que se suscita. Así, algunas veces logran una reunión con las autoridades para exponer sus inquietudes, solicitar el apoyo en casos graves y de injusticia o la solución rápida de problemas que aquejan a una parte de la población. Sin embargo, no siempre es así pues la autoridad a veces no está dispuesta a ceder al diálogo y cumplir con sus obligaciones, de tal manera que sofocan las manifestaciones a través de modos violentos, a través del uso de la fuerza policiaca e incluso el uso de civiles incitadores contratados por el mismo gobierno para justificar el empleo de ésta.

Si las demandas de los ciudadanos no son escuchadas y la movilización realizada no logra tener un impacto positivo en la resolución del problema, esto ocasiona la molestia entre los integrantes al no haber completado los propósitos establecidos, mucho de ello influye por quiénes son los dirigentes, si aquellos líderes no tienen la capacidad de movilizar de manera organizada y unida a la gente para saber de qué manera deben actuar y ante cuáles de las autoridades deben ir dirigidas sus demandas, conlleva a que no logren sus objetivos y comienzan los problemas al interior de éstas organizaciones. Además, si los líderes no saben mantener a la gente unida y en pie de lucha para

volver a intentar solucionar los conflictos provoca que ya no sean funcionales, se pierden los objetivos y terminan desintegrándose.

Las organizaciones civiles que logran perdurar y fortalecerse a través de la resolución de diferentes problemáticas y forjando con el tiempo nuevos objetivos y ambiciones, además de ir sumando más personas a su movimiento se van consolidando como una fuerza ciudadana de peso que puede incidir en la toma de decisiones en el gobierno. Esto tiene mucho que ver con la disponibilidad de tiempo y entrega que tengan los ciudadanos, pues hay quienes se dedican a otras cosas y a quienes les termina por gustar participar en la toma de decisiones, además que lo ven como una manera de empezar su carrera dentro de la política.

2.2.1 Organizaciones Civiles

Las organizaciones civiles son aquellas que están compuestas por ciudadanos que tienen un objetivo en común y que se conforman en una organización para tener incidencia en la toma de decisiones del Estado, resolución ante las demandas y problemas sociales que aquejan sus localidades, repartición de los recursos económicos, etc. Es mediante éstas que podemos observar la participación ciudadana la cual Tejera define como “*el conjunto de acciones que ésta realiza con el propósito de incrementar su influencia en las decisiones gubernamentales, particularmente en las relativas al destino de los recursos del Estado*” (Tejera, 2009: 248). La conformación y consolidación de éstas es trascendental cuando, después de haber solucionado sus demandas perduran y se transforman para la atención y gestión de demandas de los habitantes involucrados, cuando se pretende hacer más por la comunidad que solo perseguir intereses propios. Igualmente se pretenden diferentes intereses como los políticos, económicos y de poder; puesto que al tener una organización consolidada y con una estructura formal se van construyendo relaciones, además, la aceptación y apoyo por parte de la comunidad.

Por medio de las organizaciones se van formando líderes, los cuales poseen ciertas características las cuales les permiten estar en esa posición y conservarla. Deben saber cómo manejar y dirigir la organización a la cual lideran; así como conocer qué es lo que necesitan para que perdure y se fortalezca, de modo que el líder debe saber guiarlos, así como cumplir con las metas y demandas prometidas para la comunidad. De esta forma va estableciendo relaciones sólidas con la comunidad y ganándose su confianza. Poco a poco y con mucho trabajo va incorporándose al ámbito de la

política, el líder tiene que tratar con políticos que atiendan a las demandas de la organización y a cambio ofrece su apoyo en caso de que le resuelva el problema o lleguen a un acuerdo.

Las organizaciones más activas son aquellas que poseen vínculos, ya sea con la delegación, partidos o instituciones, los cuales proveen los recursos públicos; estos apoyos les permiten gestionar y mantenerse en constante actividad para que no pierdan el apoyo de la gente que los conforma, así como la continuidad en la realización de su labor social.

Los líderes de éstas son quienes perciben mayormente los beneficios de estar al mando de ellas, pues les permite influir en la toma de decisiones sobre su comunidad, además de llegar a acuerdos con políticos algunas plazas en la delegación, candidaturas menores, etc.

Las organizaciones sirven como intermediario entre la ciudadanía y los partidos, lo cual permite un acercamiento entre ambos lados, además de beneficiar de una u otra forma a todas las partes. En tanto el líder les brinde resultados favorables a sus demandas los ciudadanos seguirán creyendo en él y apoyándolo, de igual manera mientras apoyen a los partidos en las elecciones y eventos políticos también seguirán pactando con ellas y obteniendo beneficios. Los políticos tienen que mantener una buena relación con dichas organizaciones si lo que quieren es seguir ocupando un cargo público o mantenerse ascendiendo en la política, si les dan lo que los líderes quieren posteriormente le apoyarán en eventos políticos y con votos en las urnas, o de lo contrario buscarán aliarse con quienes les ofrezcan soluciones o al menos más beneficios.

Los candidatos y sus partidos van estableciendo relaciones con dichas organizaciones que se convierten con el tiempo en sus redes clientelares basándose en una relación de beneficio mutuo; de las cuales necesitan para obtener votos seguros y de ese modo posicionarse arriba en las urnas.

2.2.2 Redes Clientelares

Para poder entender bien el tema es necesario, primeramente, definir el concepto de esta relación. Para ello, partiremos de la definición de Jean-Francois Médard para el análisis:

La relación de clientela es una relación de dependencia personal que no está vinculada al parentesco, que se asienta en intercambios recíprocos de favores entre dos personas, el patrón y el cliente, los cuales controlan recursos desiguales. [...] Se trata de una relación bilateral, particularista y borrosa [...], de una relación de reciprocidad [...] que supone un intercambio de beneficio mutuo entre socios desiguales. (Médard citado en Combes, 2011:15)

Si bien concuerdo con la definición dada por Médard, creo que es un poco simplista y deja de lado algunos aspectos importantes, para este análisis me gustaría hacer algunas adecuaciones y añadir ciertos aspectos a tomar en cuenta. Como bien dice es una relación de dependencia, pero no

considero que sea necesariamente personal, puesto que no es sólo de dos personas ya que, suele darse la relación entre ciudadanos e instituciones, como los partidos. Con esto quiero decir que hay ciudadanos que se afilian a un partido y le son leales a éste y no a un individuo específico, en tanto reciban beneficios del partido. Apoyan a tal o cual candidato en función de lo que el partido les diga. Sobre el intercambio recíproco agregaría que no siempre se da, pues es ya sabido que los partidos una vez que obtienen el voto no siempre devuelven “el favor”, no cumplen las promesas a sus redes, dan largas cuando se les cuestiona y no dan una resolución a esos problemas, por ello éstas los abandonan.

Los políticos han utilizado desde siempre los programas de gasto social como una forma de establecer clientelas con los sectores populares, en vez de usarlos como una solución al rezago social. Lo cual provoca que en época electoral estos programas sean condicionados a las personas que más lo requieren para beneficio de los partidos; ofreciéndolos o cancelándolos a su conveniencia para obtener el voto del ciudadano. Manipulan a la gente que, en su ignorancia y necesidad se deja engañar por las falsas promesas de los candidatos para que voten a favor de ellos, amenazándolos con que les serán retirados su apoyos, en otros casos son violentados por no acudir a apoyar a ciertos políticos en sus eventos públicos.

Las organizaciones civiles, como ya mencioné antes, suelen servir de intermediarios entre políticos y los ciudadanos, al establecer relaciones clientelares en las que ambas partes pretenden obtener algo a cambio. Esto debido a que:

En su forma más general, la noción de clientelismo señala vínculos personalizados entre individuos que pertenecen a grupos sociales que disponen de recursos materiales y simbólicos de valor muy desigual, vínculos que se asientan en intercambios de largo plazo de bienes y servicios, generalmente concebidos como obligaciones morales que unen a un “patrón” con los clientes que dependen de él.

(Briquet citado en Combes, 2011:15).

Dichas relaciones se han mantenido a través del tiempo y se articulan de distintos modos, en algunas partes del país funcionan de una manera, mientras que en otras es diferente. Esto tiene que ver, de algún modo, con el nivel de rezago educativo y económico que existe, pero también influye mucho cómo se organizan las personas dentro de las comunidades. Estas relaciones se benefician gracias a las leyes que protegen o no los derechos de los trabajadores y de los pueblos indígenas, ya que muchas veces éstas no están elaboradas adecuadamente y de ello se aprovechan los líderes políticos para forzar, engañar y controlar a los sectores de la población más desfavorecidos. Los patronos o los jefes sindicales poseen vínculos con partidos con quienes se ha establecido una

relación de subordinado, a la vez que fungen como intermediarios entre el partido y los ciudadanos, con la finalidad de apoyar candidaturas y a cambio recibir apoyos sociales.

Las instituciones encargadas de dar atención a quejas y demandas de los ciudadanos en cuanto a temas electorales refieren, muy pocas veces dan resolución a las quejas interpuestas por los ciudadanos que son víctimas del abuso de poder ejercido por sus patrones o dirigentes sindicales, ello tiene mucho que ver con el hecho de que estas prácticas se han ido naturalizando de modo que, no parecen un problema si no más bien una forma más de hacer política en nuestro país.

La pobreza en la que se encuentran viviendo millones de personas da cabida a que el clientelismo tenga tanto éxito en México. Los políticos son conscientes de la desfavorable situación que viven muchos ciudadanos tanto en lo económico como en el tema de la educación, ello les ha permitido realizar estrategias para obligar a la gente a votar por algún partido. La ignorancia y la falta de interés en la política es la fuente de la compra de votos, el político corrupto posee recursos que utiliza para realizar esta práctica ya que la gente en estado vulnerable vive al día con sus gastos, lo que provoca que un par de pesos extras sean intercambiados por su voto que para ellos no representa algo importante.

El hecho de que los recursos económicos del país se encuentren distribuidos inequitativamente en manos de unos pocos propicia que los partidos políticos los utilicen para ejercer control sobre los sectores populares, quienes se ven en la necesidad de subordinarse ante estos. Este tipo de relaciones que se establecen son de tipo jerárquica, sin embargo, no es la única forma de actuar de los ciudadanos, hay quienes se han dado cuenta del poder que pueden ejercer sobre el Estado estando organizados, de modo que conforman una fuerza que pueda tener peso sobre la toma de decisiones políticas por lo que, a no ser que la relación clientelar les favorezca, optan por ofrecer su lealtad a otro candidato o partido. Siempre pueden decidir ser o no parte de la relación clientelar ya que me parece no resulta evidente el porqué del actuar o no de esa forma, pues hay quienes no reproducen dichas prácticas y quienes se adhieren a ellas, pero no está claro el por qué como bien menciona al respecto Auyero: *“los estudios académicos casi nunca discuten explícitamente las teorías de la acción sobre las que su comprensión de la conducta de los clientes está basada”* (Auyero citado en Combes, 2001:193).

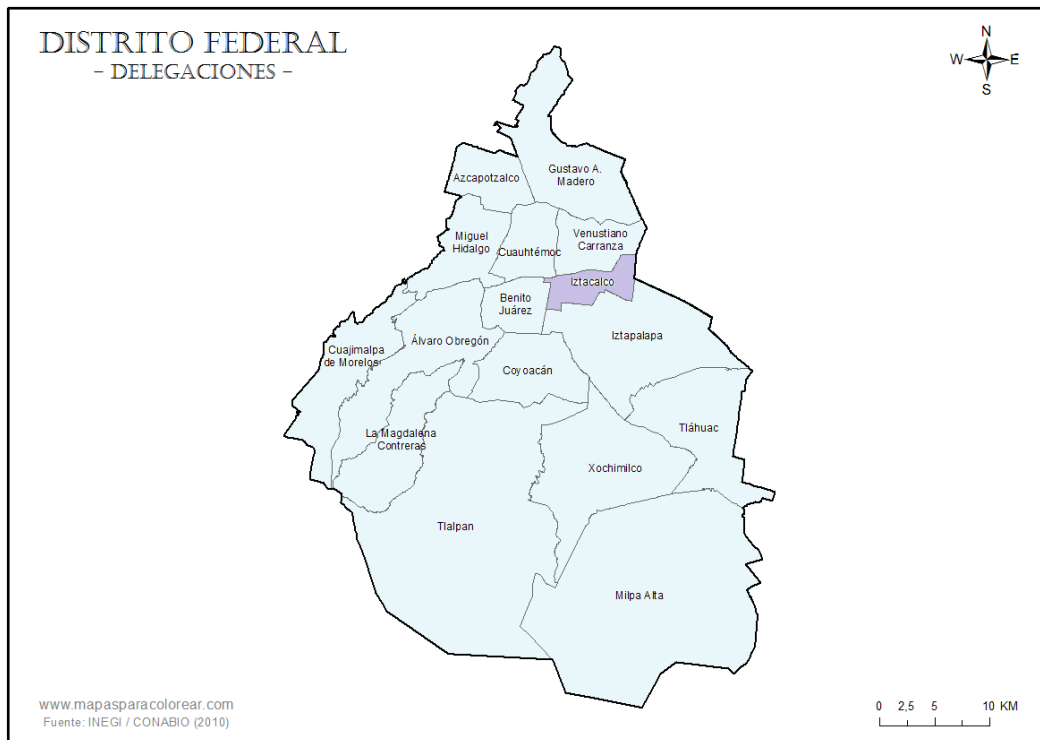
También existe otro tipo de relación clientelar que no siempre se toma en consideración, la cual se instaure no para conseguir el voto, sino más bien para obtener favores, dicha relación se da entre los mismo políticos como menciona Combes *“[...] las relaciones del hombre político electo con sus “pares” o “superiores”, las cuales también se establecen bajo la lógica del intercambio y llegan a conformar, no una clientela de obligados, sino una red de amigos en política”* (Combes, 2011: 29).

Aunque los llama “amigos”, difiero en ello debido a que son acuerdos informales que se establecen para conformar relaciones de poder, que les ayudan a obtener beneficios u apoyo político, que se realicen este tipo de pactos entre partidos o políticos no quiere decir que no tengan un trasfondo en el que sea solo por interés y que se puedan romper en cualquier momento sin haber obtenido algo a cambio, o al haberlo hecho; por lo que yo diría que queda mejor el término “conexiones temporales”. Las traiciones y los juegos sucios siempre están presentes en la vida política por lo que estas conexiones no duran mucho. Estas relaciones entre partidos como son las alianzas políticas, sirven para sumar más votos que sus contrincantes, igualmente existen aquellas que se dan, como mencionaré más adelante en el caso de Emilio Serrano y el entonces ganador de la contienda a delegado de Iztacalco, para pactar lugares en la delegación o en algún otro puesto en el gobierno, a cambio de apoyo o al menos en no afectar la imagen del otro candidato; ello de manera confidencial para que los ciudadanos no se den cuenta de los pactos bajo el agua que se realizan entre políticos, todo con la finalidad de obtener alguna ganancia que beneficie a ambas partes.

3. DELEGACIÓN IZTACALCO

3.1 Ubicación Geográfica

Iztacalco es una de las 16 delegaciones (actualmente llamadas Alcaldías) que conforman la ahora Ciudad de México. La delegación colinda al norte con Venustiano Carranza; al este con el estado de México y con Iztapalapa; al sur con Iztapalapa; al oeste con las delegaciones Benito Juárez y Cuauhtémoc.¹⁰



Mapa 1. Localización Geográfica de la delegación Iztacalco, (INEGI/CONAPRED, 2010).

Iztacalco es la delegación más pequeña de las 16 que conforman la Ciudad de México, con una extensión aproximadamente de 23,3 km². Demográficamente hablando en Iztacalco la población es mayoritariamente de clase media-alta a clase baja y con núcleos socioeconómicos de clase alta

¹⁰ <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/cem08/estatal/df/m006/default.htm>

(Colonia Militar Marte y Reforma Iztaccíhuatl Norte) y media-alta (Colonia Viaducto Piedad, y Reforma Iztaccíhuatl Sur).¹¹

3.2 Historia política

La delegación Iztacalco ha sido gobernada por el PRD desde el 2000, año en el que se le permitió a las diferentes delegaciones escoger a sus Jefes delegaciones, ya que anteriormente eran designados por el gobierno del entonces Distrito Federal.

A continuación se mencionará el contexto político que se tenía durante las campañas electorales, en el periodo del trabajo de campo (año 2015).

3.2.1 Logros durante el actual gobierno (avances en obras, servicios, programas sociales)

En lo que va del gobierno de la actual Jefa Delegacional Elizabeth Mateos del partido PRD se pueden mencionar algunos avances y logros en Iztacalco. El periódico El Sol de México realizó una nota sobre el primer informe de gobierno de la delegada:

Dentro de los principales logros del primer año de gestión de Elizabeth Mateos destacan la instalación de bebederos en las 70 primarias públicas existentes, así como obras de mejoramiento en 69 escuelas públicas, la entrega de casi 35 mil pares de calzado escolar a la totalidad de alumnos de primarias públicas, 4 mil apoyos económicos para alumnos de educación básica, y la entrega de 400 tabletas electrónicas a estudiantes de nivel superior. Además, entre las acciones más relevantes están la instalación de 7 mil 568 luminarias ahorradoras de energía, la recuperación de 30 espacios públicos, y la creación de nuevos espacios como la Casa de la Juventud en Iztacalco, la Casa de Apoyo Integral para las Mujeres, la segunda Casa del Adulto Mayor y un Centro de Desarrollo Infantil para hijos de madres trabajadoras. (El Sol de México, 2014)

Dentro de la página de la delegación de Iztacalco también se mencionan obras públicas realizadas durante su gobierno en diferentes áreas¹² como son:

- **Obras públicas.** Se realizaron trabajos de mejoramiento de instalaciones en escuelas, parques, camellones, banquetas y fachadas de casas.

¹¹ <https://es.wikipedia.org/wiki/Iztacalco>

¹² <http://www.iztacalco.df.gob.mx/portal/>

- **Seguridad.** Se tiene el compromiso de llevar el programa “Mejorando Tu colonia” a los puntos de riesgo detectados, además de enviar rondines de vigilancia e integrar la representación de INMUJERES al Gabinete de Seguridad.
- **Educación.** La Delegación Iztacalco iniciará el proyecto “Jóvenes transformando Iztacalco”, a través del cual se rescatarán espacios públicos e implementarán actividades artísticas, culturales, recreativas y deportivas en diferentes colonias de la demarcación.
Como una oportunidad de aprendizaje y para motivar el estudio de la ciencia entre las niñas, los niños y las familias de Iztacalco, el Gobierno Delegacional y la Secretaría de Ciencia, Tecnología e Innovación del Distrito Federal inauguraron el Museo Móvil Interactivo “Vive la Ciencia”, que permanecerá del uno al 28 de julio en la explanada de esta demarcación, con entrada gratuita.
Como una estrategia para evitar el rezago escolar y elevar el nivel educativo entre la población, la Delegación Iztacalco efectuó el programa “Prepárate para tu Ingreso a Nivel Medio Superior y Superior”, a través del cual se brindó gratuitamente un curso de capacitación para 400 alumnos que próximamente presentarán el examen de selección para bachillerato y licenciatura, y facilitar que obtengan un lugar en el plantel que desean.
- **Cultura.** Se realizaron varios eventos para fomentar el respeto a la diversidad sexual, exposiciones sobre pueblos indígenas.
- **Deporte.** La delegación ha implementado programas de reactivación para la población de manera gratuita en diferentes centros sociales y deportivos.
- **Salud.** Se realizó una jornada de la “Ruta de Detección Oportuna de Cáncer”, se contó con dos Medibuses para la realización de mastografías gratuitas, y de química sanguínea, asimismo, se instalaron módulos informativos sobre diferentes tipos de cáncer, incluyendo en ovarios, infantil, cérvico uterino, mama, pulmón y próstata.

En realidad no hay muchos programas sociales que se hayan ampliado o puesto en marcha por el gobierno de Mateos. Sin embargo se vieron algunos avances más en obras que en otros sectores. Aún así, muchos iztactalquenses se quejaban de las luminarias que se habían colocado pues mencionaban que no servían y que no las habían reparado. Además, no en todos los lugares se habían llevado a cabo obras como las mencionadas, contrastando con lo mencionado por la propia página de la delegación. Esto se puede observar en la participación de una señora, durante una

reunión vecinal con el candidato Emilio Serrano¹³ la cual le hace un par de peticiones para los barrios debido a la falta de apoyos por parte de la delegación:

[...] Menciona (el candidato) que le gustan mucho las calles y en sí los barrios. Cuando termina de hablar una señora se acerca y le dice que tiene varias propuestas y quejas, entre las que menciona:

- *(que) Sean seguros los callejones.*
- *Recuperar las banquetas de los lugares donde se vende comida, pues utilizan la mitad de la banqueta para colocar sus mesas.*
- *Se reparen las lámparas que fueron colocadas, pues no sirven.*
- *Rescatar a los jóvenes (de las calles).¹⁴*

Durante las reuniones con los vecinos siempre había quien sacaba el tema sobre los servicios, se hacían peticiones sobre obras y servicios públicos, como problemas con el agua, la luz o de vialidad. En esa misma reunión un señor habló sobre que habían sido retirados adoquines del piso en los barrios, y que habían puesto otro piso pero que había quedado peor, por lo que luego las obras en vez de ayudarlos les perjudicaban.

Es claro que la ayuda, las mejoras o los programas de apoyo no siempre llegan a toda la delegación, sin embargo los políticos en sus informes resaltan la cantidad de compromisos cumplidos, a pesar de que no sean de gran alcance y sólo se vean beneficiadas unas pocas personas. Claro que eso no lo pueden decir abiertamente, deben leer su discurso y ya dependerá de la gente y su credulidad. De cualquier modo las personas que no se vieron beneficiadas con dichos programas o apoyos sabrán que no les han cumplido a todos y en todo.

3.2.2 Corrupción y nepotismo

La delegación Iztacalco es gobernada por Elizabeth Mateos del partido PRD y su gobierno se ha visto lleno de escándalos debido al nepotismo¹⁵ que se ha establecido dentro de su gobierno. Tal como lo declara una nota del periódico El Financiero:

La delegada perredista de Iztacalco, Elizabeth Mateos, mantiene a casi una decena de familiares en la nómina; además, pidió licencia ya que pretende ser diputada y busca dejar su puesto al esposo.

¹³ Más adelante hablaré a profundidad del candidato del PRI-PVM a Jefe Delegacional Emilio Serrano

¹⁴ Reunión vecinal en los barrios. Del. Iztacalco, 16 de mayo de 2015.

¹⁵ Abuso de poder a favor de parientes o amigos. (Diccionario Larousse, 1994)

Corrupción, nepotismo, fraude y amenazas son algunas de las características de la administración de Elizabeth Mateos en la delegación Iztacalco. Las irregularidades surgieron desde que era directora General de Desarrollo Social en la administración del perredista Francisco Sánchez. En 2012, salieron a la luz denuncias contra Mateos Hernández por incluir en la nómina de la delegación a su esposo, hermanos, medios hermanos y cuñados. (El Financiero, 2015)

Además, el gobierno actual de Elizabeth Mateos ha sido denunciado por actos de corrupción y por el cobro de diezmo a locatarios de mercados, puestos callejeros y otros negocios establecidos a lo largo de toda la demarcación, también se mencionan en la misma nota de este periódico:

Su administración también ha sido señalada por actos de corrupción. Durante su registro como precandidato para ocupar la delegación Iztacalco, el perredista Armando Quintero, criticó el cobro de diezmo que Elizabeth Mateos cobra a su personal y que salió a la luz a principios del año pasado. Aseguró: “no va a haber más Iztacalco de líderes que bajan recursos públicos como si fueran privados, vamos a acabar con esa práctica nefasta que la actual delegada impuso. Además, denunció extorsiones a dueños de negocios. “Hay más de 500 establecimientos en Iztacalco que han sido clausurados, a los que se les imponen multas muy altas y luego se negocia la rebaja de las mismas. Hay quejas entre los empresarios de Iztacalco que no pueden dar la cara porque tienen temor de que les clausuren”. (El Financiero, 2015)

Éstas prácticas de corrupción que siguen impunes han causado gran molestia e indignación por parte de los ciudadanos iztactalquenses, quienes muestran un hartazgo y rechazo en contra del actual gobierno de la demarcación, durante la campaña que seguí la gente hacía notar su molestia ante tales abusos de poder por parte de la administración en turno, como lo ejemplifico en la siguiente descripción hecha en un evento del candidato Emilio Serrano al cual seguimos durante su campaña:

Mientras miembros del equipo de campaña les aplicaban pintura en las manitas a los niños que se encontraban en el evento, una señora que no estaba en el evento llegó y se le acercó al candidato Emilio con una cartulina en sus manos para que la leyera (Foto 1.) en la cual se podía leer lo siguiente:

“Ni un voto a la pareja imperial, Mateos (ratera), Estrada (borracho), Fuera el PRD de Iztacalco”.

Al terminar de leer lo que estaba escrito en la cartulina, Emilio asintió con la cabeza para mostrar que estaba de acuerdo con ello.¹⁶

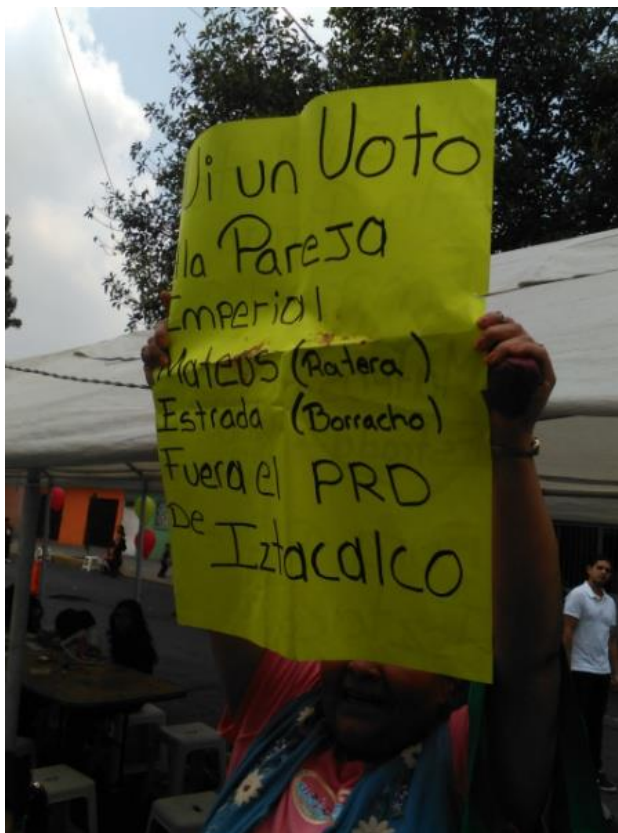


Foto I. Señora con una cartulina con texto en protesta al gobierno.

El rechazo a la entonces administración era notable, al recorrer calles y avenidas se podían observar pintas en bardas y pendones, en ellas habían escrito sobre la delegada Elizabeth Mateos: *“ratera, gorda corrupta”*, mientras que en los de Carlos Estrada (candidato a Jefe Delegacional por el PRD y esposo de la, en aquel tiempo, delegada Elizabeth Mateos) se leía: *“viejo borracho”*. Esas sólo eran algunas de las muestras de inconformidad hacia el ese gobierno perredista y el que se veía venir en caso de que ganará la pareja. Además, el candidato Emilio Serrano también lo mencionaba mucho en sus discursos: la corrupción dentro del gobierno, el mal funcionamiento de los servidores dentro de la delegación, y el caso de nepotismo que se pretendía con esas elecciones, les hacía ver a

¹⁶ Evento del día del niño. Iztacalco, Col. Agrícola Oriental. 01 de mayo de 2015

los ciudadanos qué tan mal estaba el gobierno actual y daba algunas posibles soluciones para estos problemas; como lo vemos en el discurso dentro de esta reunión vecinal:

Comienza (el discurso) con el problema de la creación de departamentos en la zona de Pantitlán, menciona los problemas que esto va a traer. El tema del congestionamiento, escasez de agua, el drenaje y la energía eléctrica. Pero es un negocio para los gobernantes a quienes les pagan 4 millones de pesos por los permisos y 10 mil pesos por cada departamento construido.

Otro negocio del gobierno es la extorsión a los comercios a quienes les cobran “el diezmo” o “la tanda” y si no pagan les clausuran sus comercios. Estos abusos y excesos han cansado a la gente, y les pregunta (Emilio) que si ellos están conformes con lo que tienen ahorita y de ser así pues que voten igual. Menciona la similitud sobre el caso de Iguala y el que ahora se vive en Iztacalco, pone el ejemplo del lema de la campaña del PRD el cual era “Juntos vamos por más” haciendo referencia a que la pareja va a robar más, pero como la gente comenzó a criticar eso lo cambiaron a “Lo mejor está por venir” y pregunta: ¿para quién? A lo que responden (los asistentes) “para ellos”.

Después menciona el tema de los comerciantes ambulantes afuera de escuelas y mercados, lugares en que hay un aumento de esos negocios y dice que no es la única forma de ganarse la vida. Que los que se encuentran trabajando en la delegación ofrecen un pésimo servicio, esto debido a que la gente que se encuentra laborando ahí no se imaginaban que iban a estar en esos puestos, motivo por el cual no están capacitados para la atención y resolución de problemas. Que los candidatos, durante las campañas adquieren compromisos con los líderes que los apoyan y esa es la forma de pagarles, dándoles un puesto en la delegación. Pero que en su gobierno se van a capacitar a las personas para poder ofrecer un buen servicio.¹⁷

Se podía notar molestia entre los ciudadanos cuando se hacía mención del gobierno perredista y eso es algo que Emilio utilizaba y manejaba mucho a su favor en su discurso, el hartazgo de la gente hacia el partido PRD y en ello denotaba mucha confianza, que ya no votarían por ellos.

¹⁷ Reunión vecinal. Iztacalco, Col. Agrícola Oriental, 29 de mayo de 2015.

Un problema que padece la delegación Iztacalco ha sido la acelerada e ilegal construcción de departamentos en la zona de la colonia Pantitlán, lo que ha acarreado serios problemas para los iztactalquenses aledaños tales como: escasez de agua, tráfico vehicular, saturación del drenaje y fallas en la energía eléctrica. La problemática de la construcción de departamentos se le adjudicaba a la delegada Elizabeth Mateos, quien había dado los permisos a las inmobiliarias, lo cual alegaban muchos de los ciudadanos y el mismo candidato Emilio Serrano había sido de forma ilegal, ya que el suelo donde se estaban construyendo no era apropiado para ello, se habían construido sin el debido estudio de suelo y urbanización. Los ciudadanos que estaban en contra de dichas concesiones a las inmobiliarias se hicieron notar, liderados y convocados por el candidato a Jefe Delegacional Emilio Serrano y los otros candidatos del PRI y el PVM durante el periodo de campañas electorales en la colonia Pantitlán, lugar donde se han establecido la mayor cantidad de edificios con departamentos multifamiliares. Durante la campaña Emilio Serrano aprovechó para realizar una manifestación en contra de la construcción de más de estos condominios, se citó a algunos medios de comunicación. La convocatoria se había realizado a través de una señora que al parecer ya tenía más tiempo llevando quejas a la delegación para que se detuviera y regulara la construcción indebida por parte de las inmobiliarias. A continuación hago una reseña de lo ocurrido en dicha manifestación:

Nos quedamos de ver con el Sr. Chío en la casa de campaña a las 9 de la mañana, al empezar a llegar las personas se indicó que no se utilizaría la playera en apoyo al candidato y no se repartiría propaganda. Nadie del equipo de campaña la portaba. Salimos rumbo al lugar donde se llevaría a cabo la protesta y a las 10am llegamos a calle 1 cda. 1. Al llegar ya se encontraban unas pocas personas, mientras estuvimos esperando a el arribo del candidato comenzaron a llegar más vecinos. Cuando llegó Emilio comenzó a saludar a los vecinos, mientras, una señora de parte del equipo de campaña empezó a repartir cartulinas con mensajes en contra de la construcción de más condominios a las personas asistentes.

En la siguiente esquina ya estaba la camioneta con el sonido, en el cual se escuchaba el discurso de Emilio Serrano en la apertura de campaña. Al empezar el avance de la marcha, un señor de la campaña del cual no recuerdo su nombre me habló para decirme que fuera para ver qué era lo que pasaba en una manifestación y me dio un cartel, a lo que no pude negarme. Se me pidió que también gritara dichas consignas. Tal parece que el equipo de Emilio había

elaborado todos los carteles y los comenzaron a repartir entre los asistentes, al principio la mayoría de los presentes eran parte del equipo de la campaña, poco a poco fueron llegando más personas, que al parecer eran vecinos de la colonia. Comenzamos a avanzar hacia la construcción donde se encontraban los obreros haciendo su trabajo, después comenzó el avance en conjunto con el candidato mientras se escuchaba la consigna: “¡No más departamentos!, ¡No más departamentos!”.

Al llegar a la construcción el candidato se encontró con una señora a la que no logré identificar, hubo un momento de discusión entre ellos, ésta mujer con celular en mano grababa lo que sucedía. Poco después habían llegado los contendientes a diputados del Partido Verde y el PRI (a pesar de que se nos pidió a los miembros del equipo no portar las playeras del partido, los candidatos que arribaron traían chalecos rojos con un escudo del PRI y verdes en el caso de los integrantes del Partido Verde), quienes junto con Emilio comenzaron un discurso acerca de la preocupación que surgía a partir de la construcción de varios condominios en el área. Al terminar, el candidato Emilio y algunos miembros de su equipo le ayudaron a clausurar de manera simbólica la construcción, colocando un adherible sobre la pared.

Proseguimos hacia otra calle donde los vecinos mencionaban se encontraba otra construcción, la cual estaba casi terminada. En ella colocaron también un adherible para clausurarlo. Se acercó una vecina, la cual al parecer, estaba en pie de lucha para evitar la edificación de estos en conjunto con algunos habitantes que también estaban en desacuerdo.

Al terminar nos dirigimos al lugar de inicio de la marcha, donde esperaban unos siete hombres con facha de matones, quienes portaban cartulinas con mensajes como: “Fuera Emilio #nomaspri”, “fuera Emilio de Pantitlán”, “¿Cómo diputado que hizo?” Al parecer estos tipos iban por mandato de la señora con quien Emilio había discutido al inicio de la movilización (al parecer era una persona enviada por la delegación), a lo que las personas de la campaña comenzaron porras para Emilio. El altercado no llegó a más.¹⁸

¹⁸ Protesta para la cancelación de construcción de condominios, Iztacalco, Col. Pantitlán, 28 de abril de 2015.



Foto 2. Los candidatos del PRI dando un discurso pronunciándose en contra de la construcción de más condominios

Los problemas que afectan a la población debido a las decisiones tomadas por la administración del PRD fueron utilizados por sus contrincantes del PRI y PV para atacarlos, a través de esas inconformidades por parte de la gente logran formar sus “propuestas” en las que aseguran resolverán el problema, en este caso se pretendía revocar las concesiones y no otorgar más sin los estudios de suelo pertinentes. Aseguraban que el gobierno de la perredista había autorizado debido a que recibió sobornos por parte de las constructoras para la edificación de condominios sin tener los estudios correspondientes.

4. CAMPAÑA A JEFE DELEGACIONAL PRI-PVEM EN IZTACALCO



Foto 3. Lona propagandística del candidato a Jefe Delegacional Emilio Serrano.

Durante las elecciones intermedias del 2015 estuve siguiendo la campaña del candidato Emilio Serrano a Jefe Delegacional de Iztacalco de la coalición del PRI-PVM. Él es fundador y dirigente de asociaciones civiles¹⁹ las cuales fueron un fuerte recurrente durante su discurso de la campaña debido al trabajo social realizado mediante éstas en la delegación.

Emilio ha estado en constante contacto con los iztactalquenses a través de labores sociales y eventos públicos, con motivo del Día del Niño y de la Madre que realizó en nombre de su organización (CIVI), motivo por el que ya era bastante conocido en la mayoría de los sitios que visitaba en recorridos durante la campaña. Además, en el pasado también realizó proselitismo mientras realizaba su campaña para ser electo Diputado Federal. Fue candidato por parte del PRD cuando contendió por la diputación, la cual ganó (sin embargo, más tarde dijo haber dejado dicho partido porque según él se estaba llenando de políticos corruptos). Razones por las que años después lo buscaron partidos para ofrecerle una candidatura para delegado. Éstas fueron las que mencionó Emilio, por las que fue buscado por la alianza entre los partidos PRI-PVEM para ser su candidato: era conocido en Iztacalco y tenía tiempo trabajando su carrera como político. A parte de asegurar votos, agregamos el hecho de que el trabajo proselitista se reduce, esto al no ser necesario dar a conocer al candidato; es decir, los habitantes ya tienen una imagen de él, lo recuerdan. Lo que nos

¹⁹ Hablaré de éstas a profundidad más adelante.

lleva a la reducción de propaganda en algunas zonas, la gente ya conoce su trabajo y por lo tanto confían más en él, saben si ha cumplido sus promesas de campaña o no. De modo que, se aseguran los votos para el candidato. Todo esto reduce la preocupación por parte del partido, quienes reducen el empleo de recursos en estrategias propagandísticas, esto a beneficio de él.

Por medio de las asociaciones C.I.V.I y La Revolución Blanca, además de actividades realizadas a nombre y a través de ellas es que se había estado personificando la figura política de Emilio Serrano, quien ha sido y sigue siendo la imagen de dichas organizaciones, se ha construido una identidad en la cual él aparece como “Amigo y Vecino”²⁰ comprometido con el mejoramiento de Iztacalco, el bienestar de sus ciudadanos, un ciudadano honesto, cumplido y con valores familiares²¹. La personalización política viene desde entonces, cuando se creó el imaginario en base a esta figura del buen ciudadano, trabajador e interesado en su comunidad; la cual se presentó ante los ciudadanos para darle sustento y credibilidad a su proyecto con fines políticos.

La personalización política es:

...una estrategia electoral porque exige la intencionalidad por parte de quien dirige un proceso de elección de utilizar este tipo de estrategia. Por otro lado, la personalización implica una destreza, a través de la cual se busca conseguir un fin determinado: dar a conocer un proyecto político a través de las cualidades de un candidato. (Orejuela, 2009:61).

Pretende usar las cualidades de un candidato para ganar la simpatía de los ciudadanos, por ello se trabaja mucho en la construcción de la imagen del candidato. Se resaltan sus logros personales, su trabajo social, su vida personal y familiar como un valor importante que posee. Esta estrategia es más común, el trabajar sobre la imagen y hacerla el ideal imaginario de los ciudadanos, como alguien en quien se puede depositar su confianza y que será la mejor opción por la cual votar basados en esos ideales que se han construido como base que dé sustento a sus palabras y acciones. En ésta es importante resaltar las cualidades del individuo y no necesariamente la del partido al que pertenece, pues muchas veces la percepción de estos últimos no beneficia en absoluto al candidato por el contrario, puede perjudicarlo con la mala fama que poseen.

Los partidos políticos son poseedores de un largo historial de candidatos corruptos impunes que ni siquiera el propio partido excluye, lo que provoca la molestia e inconformidad por parte de los ciudadanos. Esto en ocasiones se ve reflejado en las urnas, pues muchos de los votantes que no

²⁰ Eslogan de la campaña del candidato Emilio Serrano.

²¹ Con ello me refiero al mantenimiento de una familia estable y duradera, debido a que durante el discurso el candidato recurría varias veces a afirmar que su esposa y sus hijas eran las únicas y que no cambiaría de familia si ganaba.

están adscritos a alguna red clientelar o son militantes de algún partido en especial deciden no votar por aquellos partidos (como ya mencioné en el capítulo 2). En el caso de nuestro país los partidos están manchados de corrupción, ningún partido se salva de tener escándalos, ya sea desvíos de recursos públicos, corrupción o que estén ligados al narcotráfico, etc.

Sin embargo, también es importante reconocer que los partidos cumplen algunos de sus proyectos y estos benefician a la población, lo cual les atrae votantes que han visto el beneficio por la implementación de programas sociales, obras, servicios, entre otros. Es sabido que por lo regular la administración en turno otorga estos beneficios principalmente a sus redes, existen muchos programas que son de largo alcance, por lo que más ciudadanos se benefician de ellos, lo cual amerita la aceptación de los dirigentes por parte de la gente. Muchas veces el partido es el referente, para los habitantes, de lo que logró hacer algún candidato durante su administración o a la inversa, sobre los apoyos de índole social. Esto les permite a los candidatos nuevos aprovecharse de la imagen que se tiene sobre el partido para mejorar su imagen individual en caso de que sea necesario; recurren en sus discursos a las propuestas realizadas, programas sociales implementados o leyes aprobadas que han mejorado y beneficiado la vida de los ciudadanos con el anterior mandato.

Como se mencionó en el capítulo anterior, en la delegación Iztacalco ha predominado el gobierno perredista, lo cual da claros indicadores de la preferencia de la ciudadanía en dicha entidad, por lo cual es complicado que otro partido logre ganar si no posee las redes necesarias, la aceptación de la gente o la estrategia política adecuada.

Un problema que enfrentan los partidos políticos que no han ganado en una entidad es que la gente no los conoce y no sabe si cumplirán con sus promesas de campaña, no saben la forma en que gobiernan, claro que se pueden dar una idea conforme a lo que se dice de ellos a nivel nacional por los medios de comunicación, pero obviamente no es lo mismo un candidato que tiene el apoyo no sólo de la gente si no que también se encuentra bien parado dentro de su partido, con conexiones y alianzas que respalden su candidatura.

La manera de pensar y actuar de muchos mexicanos es como dice aquel dicho popular: “Más vale malo conocido que bueno por conocer”, por ello muchas veces aunque vean que la gestión de algún partido político no cumple con sus los promesas de campaña y, además roba el dinero del erario siguen votando por ese mismo. En el caso estudiado se podía notar entre muchos asistentes a las reuniones vecinales o mítines que ya estaban hartos de la corrupción del entonces gobierno de

Elizabeth Mateos del PRD, y por ello mostraban su apoyo al PRI o al menos le daban la oportunidad de ser escuchados. Solían ir personas que no estaban a favor de este partido, sin embargo mencionaban que asistían a las reuniones de los diferentes contendientes para ver qué propuestas tenían y en base a ello pensar su voto. Pero obviamente existe la contraparte, alguna vez escuché entre la conversación entre un par de personas quienes aunque veían que la situación no cambiaba ni mejoraba para ellos, seguirían apoyando a la entonces administración perredista con la que si no estaban muy bien pues tampoco la pasaban tan mal.

La ideología que aún permanece en el mexicano se ve reflejado en lo anteriormente mencionado, a pesar de que se han destapado casos de corrupción por parte de partidos a la gente parece no importarles mucho a la hora de tomar la decisión de votar. Los que están afiliados a partidos, ni se diga, por lo regular suelen apoyar aunque vean que no les otorgan resultados y para los partidos la afiliación de ciudadanos no les motiva a cumplir promesas de campaña pues finalmente son un número que les permite mantener su registro y ya. Esta postura de ambas partes lo que provoca es una actitud conformista en la que no se exige a los representantes un rendimiento aceptable.

Pero es precisamente esta actitud la que da paso a las promesas en los discursos de los candidatos, cambiar ese pensamiento, en el que incitan al ciudadano a exigir a las autoridades un mayor rendimiento en su labor administrativa, así como el hecho de que más gente vote por la mejor opción en las elecciones.

4.1 Coalición PRI-PVM



Foto. 4 Los candidatos de izquierda a derecha: Emilio Serrano, María de la Parra, Gabriela Galván y Jorge Hernández. (Foto tomada de: Facebook Emilio Serrano, 2015)

Las coaliciones entre partidos se llevan a cabo cuando dos o más partidos comparten ideologías, intereses y objetivos en común, sin embargo son más bien realizadas para conseguir beneficios tales como:

- a) mantener el registro del partido si no se cuenta con el porcentaje necesario para permanecer como tal,
- b) obtener mayor presupuesto para las campañas,
- c) mayor financiamiento público para sus actividades,
- d) alcanzar una mayoría relativa en la cámara de diputados y/o senadores,
- e) postular a un mismo candidato para asegurar votos.

El Título Noveno, De los Frentes, Coaliciones y Las Fusiones, Artículo 85 de la Ley General de Partidos Políticos, establece que:

Los partidos políticos, para fines electorales, podrán formar coaliciones para postular los mismos candidatos en las elecciones federales, siempre que cumplan con los requisitos establecidos en esta Ley. En el artículo 88, se establece que:

Los partidos políticos podrán formar coaliciones totales, parciales y flexibles, las cuales consisten en:

- *Coalición total, aquella en la que los partidos políticos coaligados postulan en un mismo proceso federal o local, a la totalidad de sus candidatos a puestos de elección popular bajo una misma plataforma electoral.*
- *Coalición parcial es aquella en la que los partidos políticos coaligados postulan en un mismo proceso federal o local, al menos al cincuenta por ciento de sus candidatos a puestos de elección popular bajo la misma plataforma electoral.*
- *Se entiende como coalición flexible, aquella en la que los partidos políticos coaligados postulan en un mismo proceso electoral federal o local, al menos a un veinticinco por ciento de candidatos a puestos de elección popular bajo una misma plataforma electoral. (Ley General de Partidos Públicos, 2014: 42-44)*

A través de las coaliciones se crean relaciones entre partidos, lo cual les beneficia cuando necesitan el apoyo en la toma de decisiones dentro de la Cámara de diputados y legisladores para la aprobación de leyes. Ganar votos que les permitan mantener el registro y apoyo económico durante las campañas. Realizar dichos pactos les permite obtener beneficios como los ya mencionados, además permite que pequeños partidos se fortalezcan al alcanzar mayor votación que estando solos, de igual forma beneficia a los grandes partidos ya que se agregan votos seguros.

El Partido Revolucionario Institucional se alió para las elecciones de 2015 en Iztacalco con el Partido Verde Ecologista de México. Los candidatos por la coalición PRI-PVEM fueron Gabriela Galván, Candidata a Diputa Federal por el Distrito 13, María de la Parra Candidata a Diputada Local Distrito XV, Jorge Hernández Candidato a Diputado Local Distrito XIV y Emilio Serrano a Jefe Delegacional de Iztacalco. Los mencionados candidatos son con los que Emilio tenía reuniones o eventos conjuntos durante la campaña, por ello es que se hacen mención aquí y más adelante, puesto que había otro candidato pero con el cual nunca se reunieron en los eventos, excepto en el cierre de campaña y hasta eso llegó tarde.

Durante las campañas los partidos que han pactado alianzas se contienen de hablar mal de los otros partidos, aunque no siempre es así pues siempre existen las facciones que no se mantienen sobre ello y ocasionan conflictos y escándalos durante este periodo a razón de haber perdido la candidatura ante el otro, lo cual crea molestias entre ellos.

4.1.1 El Candidato Emilio Serrano



Foto 5. Sacada del Facebook de Emilio Serrano (2015)

Conocer un poco sobre la vida de un candidato ayuda a las personas a sentirse más cercanas y reflejadas en ellos como sujetos con intereses similares o iguales, además que les ofrece más confianza. Sin embargo, creo que es aún más importante conocer la vida política de un candidato

pues esto dice mucho de él como político, así como su ideología política ya que refleja sus intereses y capacidades. Saber qué es lo que ha logrado a lo largo de su trayectoria puede influir en la visión que los ciudadanos tengan sobre él. A veces, puede decepcionarlos por la falta de correspondencia en intereses o bien, impresionarlos y convencerlos de que es diferente y un buen político, confiar en que es una persona de palabra, que va a hacer cosas en beneficio de ellos si gana como puede verse en la siguiente descripción:

Inició su recorrido saludando y entregando calendarios con sus datos. En un puesto de pollos (pollería), la señora le dijo que todos (los políticos) eran iguales. Debido a ello Emilio comenzó a decirle algunas cosas que había hecho, que él tenía preparación, podía leer en su folleto toda su trayectoria, lo que a la señora pareció agradaarle y mostró más confianza en él. Ella le mencionó que tenía dos locales más, pero que estaban cerrados porque no tenía para contratar personal por que no había mucha venta. Emilio le dijo que él en sus propuestas tenía el rescate de los mercados. A la señora pareció agradaarle y pareció convencerse. Pues al final cambio de opinión y dijo que le apoyaría.²²

Emilio Serrano candidato a Jefe Delegacional de Iztacalco es fundador y dirigente de asociaciones civiles como son: El C.I.V.I y La Revolución Blanca, las cuales fueron un fuerte recurrente durante el discurso de la campaña debido al trabajo social realizado mediante éstas. Por medio de dichas asociaciones se le había personificado, ha sido y sigue siendo la imagen de éstas, se ha construido una identidad en la cual aparece como el “Amigo y Vecino” comprometido con el mejoramiento de Iztacalco, el bienestar de sus habitantes, un ciudadano honesto, cumplido y con valores familiares²³.

La personalización política, de la cual hablé al principio de este capítulo, de Emilio empieza desde que se comenzaron a usar las asociaciones como referente a el trabajo social que llevaba haciendo, fue entonces cuando se creó el imaginario en base a una imagen del buen ciudadano, la cual se presentó ante los ciudadanos para darle sustento y credibilidad a su proyecto político con fines electorales. La personalización consiste en trabajar sobre la imagen del individuo y convertirla en el ideal imaginario de la gente, alguien en quien se puede confiar que cumplirá sus promesas de campaña y será la mejor opción por la cual votar frente a sus adversarios. Basados en dicho ideal tiene que recurrir a las prácticas realizadas que constituyen la base que le da sustento a sus palabras y actuar.

²² Recorrido en mercado. Del Iztacalco, Col. Viaducto Piedad, 11 de mayo de 2015.

²³ Con ello me refiero al mantenimiento de una familia estable y duradera, debido a que durante el discurso el candidato recurría varias veces a afirmar que su esposa y sus hijas eran las únicas y que no cambiaría de familia si ganaba.

4.1.2 La Trayectoria de Emilio Serrano (breve semblanza biográfica)

Vive en Iztacalco desde hace 59 años (hasta ese entonces, recuérdese que el presente estudio se llevó a cabo en el año 2015), realizó sus estudios en escuelas de Iztacalco. No concluyó su formación debido a que se casó joven y se convirtió en padre. Tuvo varios empleos, en 1969 entró a trabajar al Centro Popular Leandro Valle como auxiliar de intendencia, debido a su esfuerzo llegó a la dirección. En 1973 entra a trabajar al IMPI como obrero general. En 1977 es Secretario General del sindicato Nacional de Trabajadores del DIF, donde logró las condiciones generales de trabajo, creó 3 secciones sindicales, estableció las delegaciones estatales y basificó a más de 900 trabajadores voluntarios. En 1979 a 1982 fue diputado federal suplente por el PRI, empleado en Renovación Habitacional del Departamento del D.F, se desempeñó como locutor oficial de la Regencia del Distrito Federal, Los Pinos y el Comité Ejecutivo Nacional del PRI. En 1992 a 1995 fue Jefe y presidente de manzana en la colonia Agrícola Oriental, presidente de la Junta de Vecinos de Iztacalco y Secretario del Consejo Consultivo de la Ciudad de México. En 1995 fue Consejero Ciudadano por el área vecinal número 6 de la colonia Agrícola Oriental. En 2000 a 2003 fue diputado local por el Distrito XVII para la Asamblea Legislativa del D.F donde propone, promueve e impulsa la “Pensión Universal”, de 6 iniciativas presentadas (como la pensión garantizada en el IMSS), 5 fueron aprobadas. También presenta 5 puntos de acuerdo destacando el “Día Nacional de las Personas Zurdas”, es precandidato a Jefe Delegacional en Iztacalco. En 2003 a 2006 es candidato a Diputado Federal, ya como diputado recibe un reconocimiento por parte de la Comunidad Judía en torno a la conmemoración del holocausto Mundial. En 2006 es director general de Planeación y Desarrollo Turístico de la Secretaría de Turismo del D.F. En 2007 a 2009 es Director General de Prevención del Delito de la Secretaría de Seguridad Pública del D.F. en 2009 a 2012 como Diputado Federal de la LXI legislatura lleva el caso de la guardería “ABC”, fue el principal promotor de la Ley General de Estancias Infantiles, Subdelegado de Prestaciones del ISSSTE. Además es fundador de las siguientes asociaciones civiles: Consejo de Integración Vecinal de Iztacalco, La Revolución Blanca y la Nueva Revolución Blanca, Amigos del Turista.²⁴

Por lo anterior podemos observar que Emilio ha tenido interés por la política y que se ha mantenido en el ámbito político por años. Se puede apreciar su labor comunitaria dentro de su colonia, principalmente, y en la delegación Iztacalco, su interés en resolver problemas sociales y brindar apoyos a los más desprotegidos. Así que podemos ver que poco a poco se fue insertando en la

²⁴ Información tomada de un folleto que fue repartido durante la campaña.

política, fue aprendiendo cómo manejar su imagen y a construir relaciones con los ciudadanos. Al paso del tiempo ha ido consolidando sus organizaciones, armando sus redes a través de la campaña que realizó para diputado local, sin dejar de lado las actividades que realizaba a nombre del C.I.V.I, del que hablaré más adelante y las otras organizaciones a su cargo; mientras no tenía un puesto de gobierno. Todo esto le ha permitido ser conocido por sus vecinos de Iztacalco y permanecer trabajando con los habitantes para mejorar su comunidad.

4.2 Redes Políticas

Las redes políticas son aquellas relaciones establecidas por conveniencia entre individuos que se encuentran insertos en la arena política, ya sean estos políticos o facciones partidarias. Su finalidad es obtener beneficios a su causa, así como ganar poder. Este tipo de relación se da entre:

- a) políticos y líderes sindicales,
- b) políticos y organizaciones sociales civiles,
- c) políticos y organizaciones sociales partidarias,
- d) políticos y empresarios y
- e) políticos y sus pares.

Unas se subordinan a las otras, son duraderas en tanto puedan obtener alguna ganancia. Las estructuras políticas que prevalecen son aquellas que cuentan con un mayor número de redes, que son eficientes y convocan gran cantidad de gente a través de ellas.

Las relaciones establecidas suelen dar pauta a una red clientelar donde se subordinan unos ante la necesidad, mientras que la otra parte busca obtener asenso político a través de votos en las urnas.

Las redes clientelares con las que contaba Emilio no eran muchas, si bien era conocido por muchos iztactalquenses, no es como que todos ellos pertenecieran a una red. Con esto quiero decir que como ciudadanos le reconocían por sus labores comunitarias. A las reuniones o mítines no acudían por acarreo, o porque se les obligara, la mayoría iban por que lo conocían y ya antes habían asistido a algún evento realizado por él antes de ser candidato a delegado. Sin embargo, las pocas y pequeñas redes (por la cantidad de gente que movían) que tenía, eran sobre todo con líderes de mercados.

Por otra parte también asistían aquellos familiares y amigos de personas que trabajaban en la campaña con e incluso en sus organizaciones como el C.I.V.I. Por ejemplo, los miembros de la campaña eran quienes recurrían a sus conocidos para llevar a cabo las reuniones vecinales, pero debían asegurar cierto número de asistentes, se organizaban basados en la cantidad de personas que se lograban convencer para que asistieran de lo contrario no eran tomados en cuenta. Pues no todos lograban juntar un número considerable de gente que los apoyara.

Sin embargo, dentro de la campaña se encontraba laborando con Emilio el señor Juan Fierro quien es taxista y por medio del cual se tenía contacto con el líder de la asociación AMOPSA (Autotransportes Metropolitanos del Oriente-Periférico S.A. de C.V). A través de este señor se concretó una reunión con los miembros de esta asociación, a la cual asistieron bastantes personas, choferes de transporte público. Más detalles a continuación:

La cita es a las 10am en la casa de campaña. De ahí nos vamos a un almacén donde se guardan camiones de transporte público. Llegamos a las 11am al lugar. Al entrar ya se encuentran instalados los bancos (144) un templete, la mesa de las aguas y el sonido donde se escucha el discurso de Emilio. Los del equipo se encuentran esperando. No hay nadie, sin embargo se había comentado que irían alrededor de 140 taxistas y choferes de transporte público llevados por Juan Fierro y Miguel, quienes se encuentran dentro del equipo de campaña de Emilio. Para este evento no llevan puesta playera de apoyo a Emilio.

La reunión se lleva a cabo con la asociación AMOPSA (Autotransportes Metropolitanos del Oriente-Periférico S.A. de C.V).

Dan las 11:30am y aún no se ve que llegue nadie. Después de unos 10min comienzan a llegar algunos, primero son unos 10 y luego llegan más en grupos. A la reunión acudieron unas 60 personas. Se nos invita a sentarnos por Abel para que se vea más gente.

La reunión comienza, también asiste la candidata Gabriela Galván. En el templete suben Emilio Serrano, Gabriela Galván, Juan Fierro, Miguel, una señora y Enrique Andrete. Abajo del templete se encuentra uno de los representantes, quien le hace unas peticiones, las cuales no escuché bien debido a que habló muy bajo.

Emilio responde que no puede hacer mucho por ellos, pero que ayudará a gestionar con los que están a cargo, les hará llegar sus inquietudes. Tendrá contacto directo con ellos. Apoyará en los temas de seguridad, vialidad, alumbrado público.

Para llegar a la delegación pide su apoyo, que hagan campaña de voz en voz con sus pasajes. Que les platiquen y convenzan de votar por él.

[...] Cuando termina le ceden la palabra al señor Juan quien reafirma su apoyo a Emilio y su relación y familiaridad con los taxistas, además de pedir su apoyo para el candidato. Miguel prosigue a hablar diciendo que lo apoyará y que espera

su apoyo también. Al terminar el líder de los taxistas que habló primero vuelve a decir que espera ayuda en los trámites del tarjetón, y que espera que cuando haya llegado a delegado los apoye también. Finalmente, se les hace la invitación a quedarse ya que se les ofrecerá una comida a los asistentes. (a nosotros se nos pide retirarnos del evento y se nos informa que ya no habrá más actividades).

Como se puede leer en la anterior descripción no había una relación bastante sólida entre ellos, ya que la asistencia fue poca y la gente no mostraba mucho apoyo a los candidatos. Por su parte los líderes estaban más seguros de su apoyo, finalmente la comida ofrecida les permitiría el tiempo para negociar y asegurar el apoyo por parte de la asociación.

4.3 Asociaciones civiles lideradas por Emilio Serrano

Las asociaciones civiles que dirige el candidato Emilio Serrano están enfocadas en realizar actividades que beneficien a su comunidad, así como incentivar la participación ciudadana en la toma de decisiones para la misma. Integrar a los habitantes en un entorno social de cooperación y dinamismo. Sin embargo hay que resaltar el hecho de que:

la intervención de las organizaciones sociales que realizan “labores comunitarias” con fines políticos tiene por objetivo promover el “prestigio” o la “buena imagen” de un posible candidato a un puesto de elección popular y, a su vez, integrar grupos de apoyo en las colonias que le sirvan como plataforma en sus futuras labores proselitistas. En consecuencia, este tipo de organizaciones sociales reproducen la intermediación política mediante acciones que se encubren bajo el discurso de la asistencia social y el fomento a la participación ciudadana.

(Rodríguez, 2012: 36)

Las asociaciones civiles que dirige Emilio Serrano son La Revolución Blanca y el C.I.V.I, ambas fundadas por él, la primera es una organización sin fines de lucro, la cual está enfocada en el apoyo a adultos mayores y no se enfoca sólo en la delegación Iztacalco. Las reuniones se llevan a cabo semanalmente en el zócalo de la CDMX, a las que acuden personas de la tercera edad y a quienes se les brindan apoyos como son: lentes para vista cansada, cobertores, etc. Así mismo, les ofrecen comidas ocasionalmente en días importantes o festivos. Contaban con una página en Facebook en la cual subían información de eventos que llevarían a cabo, así como fotos de las actividades que hacían.²⁵

²⁵ Actualmente la página ya no existe.

Por otro lado, el C.I.V.I (Consejo de Integración Vecinal de Iztacalco) es una organización ciudadana sin fines de lucro con el objetivo de apoyar a los habitantes de Iztacalco, se encuentra ubicada en la colonia Agrícola Oriental. Está conformado por vecinos quienes realizan varias actividades en apoyo a los residentes, algunas de éstas son:

- ❖ Ayuda para tramitar programas sociales.
- ❖ Realización de festivales con motivo del día de niño, de la madre, posadas, etc.
- ❖ Se ofrecen talleres de manualidades, cultura de belleza, entre otros.
- ❖ Pláticas sobre seguridad, salud y bienestar social.
- ❖ Servicio de exámenes médicos y citas con nutriólogos.
- ❖ Labores sociales como: limpieza de áreas verdes, vías públicas y escuelas.
- ❖ Cursos de oratoria.
- ❖ Bazares, en los cuales se pueden comprar productos donados, esto mediante dinero ficticio.²⁶
- ❖ Bailes.
- ❖ Asesorías gratuitas con abogados.
- ❖ Excursiones.
- ❖ Labores sociales en apoyo a la economía familiar, como: cortes de cabello y fotografías infantiles a bajo precio.
- ❖ Entrega de apoyos sociales como: *tablets* a niños con buen promedio.

El nombre de Emilio Serrano es muy conocido por la comunidad debido las actividades que realiza, también semanalmente realizan juntas vecinales para tratar asuntos y problemas que afectan a Iztacalco, pero principalmente a la colonia. Además, durante las juntas se hace mención de las actividades y apoyos que se brindan.

A través de las redes sociales como son: Facebook, Twitter y Youtube dan a conocer los eventos y actividades que tienen programado hacer, invitando también a la comunidad a formar parte de ellas. Suben fotos y videos en los cuales se muestran las labores, en ellos se puede ver la imagen de la persona que representa a la asociación; su líder Emilio Serrano ya que es la figura principal y que sobresale.

²⁶ El C.I.V.I realiza actividades sociales para el apoyo a la comunidad, como la poda de árboles o mantenimiento de escuelas para lo cual se invita a los ciudadanos a realizar tales actividades y se les regala dinero ficticio (algo así como puntos) que van acumulando para ser cambiados en los bazares.

La imagen que se pretende mostrar a través de ésta asociación del señor Emilio es de alguien comprometido por Iztacalco y sus ciudadanos, alguien que les ayuda y se preocupa por el bienestar social. Por lo regular las notas que postean en Facebook contienen lo siguiente: “*El C.I.V.I y Emilio Serrano te invitan a...*”. Siempre se resalta la labor y el compromiso que tiene con los iztactalquenses, es el personaje principal, en las fotos quien posa junto a la gente y al que se enfoca siempre. Los demás miembros del C.I.V.I por lo regular no aparecen en las fotografías, o al menos no en primer plano. Se invita a nombre de él a asistir todos los martes a las reuniones semanales con el fin de organizar, informar y ayudar a los vecinos de la colonia, y es precisamente Emilio quien preside las juntas acompañado regularmente por su esposa, quien rara vez se dirige a la audiencia.

Las acciones notables y logros que obtienen por medio de su consejo siempre están asociadas a él. La imagen principal y la única que representa al C.I.V.I es la de Emilio, alguien preocupado y comprometido por el bienestar de los ciudadanos, quien a través de pequeñas acciones busca ayudar a mejorar Iztacalco.

Debido a la larga labor que ha hecho en conjunto con el consejo la gente lo reconocía durante los recorridos y en eventos de la campaña, de modo que solía hacer mención de todas las actividades que había hecho. Muchas personas lo apoyaron en agradecimiento a los servicios ofrecidos a la ciudadanía, asistían a reuniones vecinales y cuando lo encontraban en algún recorrido se acercaban para hablar con él agradecerle por su ayuda y mostrarle apoyo. De igual modo había quienes al verlo en campaña se ofrecían de voluntarios a su causa, básicamente los ocupaban para repartir propaganda y promover al candidato entre sus conocidos.

Gracias a las asociaciones civiles C.I.V.I y La Revolución Blanca, el candidato Emilio era popular entre la gente en Iztacalco debido a las distintas actividades sociales que llevó a cabo en la delegación. Por ello hubo gente que se sumó a su proyecto en apoyo y agradecimiento.

4.4 Estructura de la campaña

La estructura de la campaña refiere a cómo ésta se organiza y el papel que desempeñan sus integrantes. A través del análisis de la estructura podemos apreciar cuán eficaz o ineficaz resulta ser el que se establezcan jerarquías y de ese modo mantener orden para lograr un fin en común. Mi punto es que si no hay una estructura sólida y bien fundamentada no habrá una buena organización, lo que desencadenará en problemas y conflictos entre los miembros del equipo, que pueden repercutir en el éxito de la campaña.

De modo que, a continuación se mostrará la forma en que estaba organizada la campaña estudiada, así como los problemas que llegaron a suscitarse debido a la falta de organización de ésta. Es importante señalar esto para conocer y comprender cuáles son las funciones que desarrollan cada uno de los miembros del equipo. Sin embargo, no siempre hubo una buena organización, lo que implicaba unas fracturas dentro de la estructura, que se desencadenaba en malentendidos y pleitos entre los miembros.

En la siguiente tabla se muestra en orden jerárquico los departamentos que conformaban la campaña.

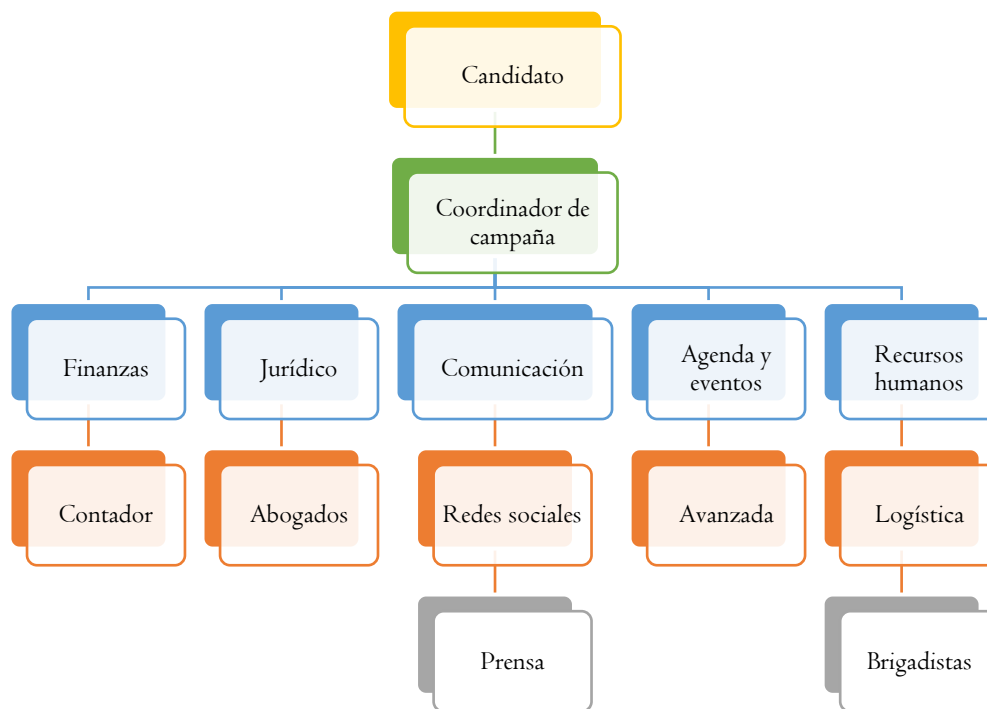


Tabla 1. Organización interna de la campaña.

Candidato. El candidato es quien lidera la campaña y aunque no tiene muchas funciones en cuanto a organización se refiere, es quien se encuentra al mando y el que toma las decisiones más importantes.

Coordinador de campaña. Estaba a cargo de organizar eventos y reuniones con el candidato, llevar la agenda y coordinar las actividades a realizar. Sin embargo esto no era así, puesto que no siempre las actividades eran organizadas y autorizadas por él. Algunos de los miembros del equipo pedían se agendara eventos con personas que conocían, lo que provocaba que en algunos de ellos no asistiera

mucha gente puesto que no se contemplaba de antemano cuántas personas asistirían al evento, lo que provocaba que se invitaran poco antes de empezar la reunión.

Finanzas. Es el contador quien se encuentra a cargo de la distribución y administración de los recursos y responsable de comprobar los gastos ante el INE.

Jurídico. Se conformaba por un grupo de abogados quienes eran los responsables y representantes ante las autoridades. Estaban a cargo de los procesos legales y penales, como las denuncias hacia otros partidos por exceder los gastos de campaña.

Comunicación. Su función era manejar las redes sociales del candidato, como Facebook, Twitter y Youtube. A través de ellos se compartían fotos, videos e información de las actividades que realizaba el candidato y sus compromisos. Sin embargo, la persona encargada de realizar este trabajo no siempre asistía a los eventos para tomar fotos o videos, por lo que pedía a los otros miembros del equipo material de los eventos para colocarlo en las redes. En cuanto a la prensa, no había un equipo en específico que se encargara de ello. Además de que no tuvo mucho acercamiento a ella, sin embargo quien estaba a cargo de eso directamente era el coordinador de campaña.

Agenda y eventos. Su trabajo era organizar y agendar los eventos que eran solicitados por personas quienes se acercaban a pedirlos. Además debían repartir la agenda del día a algunos miembros del equipo desde antes para que se pudieran organizar correctamente. Sin embargo, la persona a cargo nunca estaba al corriente pues no siempre contaba con la agenda de eventos, ya que la secretaria demoraba en dársela. Cuando una persona se acercaba a pedir una reunión vecinal el equipo del candidato que se encontraban cerca de él ni si quiera traían con qué anotar los datos, como lo describo a continuación:

Un señor de aspecto sospechoso se le acerca a Emilio para decirle algo que no logro escuchar, pero en ese momento Emilio recibe una llamada y la contesta, por lo que el señor se retira del lugar. Cuando el candidato termina de hablar pregunta por el señor quien se encuentra todavía ahí y se acerca de nuevo a él. No logro escuchar cuál era el asunto, sin embargo Emilio le dice que le van a tomar los datos, pero en el lugar no hay nadie de su equipo. Por lo que me dice a mí que por favor anote sus datos, saqué mi libreta y comencé a apuntar la información que el señor me proporcionó (nombre, referencia, número telefónico, y otro dato que no recuerdo); al terminar apuntar me pregunta por mi nombre y se lo digo, entonces le dice a su acompañante que si no le hablan ya

*sabe por culpa de quién es (refiriéndose a mí), sólo le sonreí y me retiré del lugar siguiendo a al candidato.*²⁷

No fue la primera ni la última vez que Emilio pedía se tomaran los datos de alguna persona y nadie a su alrededor tenía papel ni pluma en qué anotar. Algunas veces era el coordinador de campaña quien tomaba los datos, otras veces era quien estuviese cerca de él.

Avanzada. Quien estaba a cargo era la avanzada, quienes tenían como función llegar a los eventos antes que el candidato e informarle sobre las condiciones del lugar y para ello debían recibir la agenda de los eventos programados con anticipación por ejemplo, si había gente, si el clima era propicio o no, si ya se encontraba colocado el equipo como la carpa y los bancos, etc. También podían decidir si cancelaban o no el evento, según las condiciones (climatológicas, de seguridad) eran favorables o no. Aunque tenían que consultarlo con el candidato, pues no siempre estaba de acuerdo en que se cancelaran los eventos. Como lo describo a continuación:

El siguiente evento estaba programado en Sur 20A #42, Esq. Oriente 255C.

*Cuando llegamos al lugar se informa que el señor que convocó a la reunión tuvo que salir de urgencia y que su esposa está ocupada y no puede salir. El clima es muy frío y con muchos vientos, se espera que llueva. Por ello el señor Chío decide cancelar el evento y también el siguiente, pues está ubicado no muy lejos de ahí.*²⁸

Pero muchas veces no les entregaban la agenda a tiempo y no sabían el lugar al que tenían que ir o el siguiente evento dónde sería, además solían cambiar lo agendado y no informarles con anticipación lo que generaba molestia y en algunos casos discusiones con los encargados de la agenda.

Recursos humanos. Dentro de recursos humanos encontramos a la logística, quienes estaban a cargo de llegar al lugar de los eventos antes para armar y colocar el equipo requerido para ello, como son la carpa, el sonido y los bancos. Además, debían esperarse hasta que finalizara el evento para recoger todo el equipo. También, en ocasiones repartían propaganda e invitaban a la gente que pasaba cerca a asistir.

Logística. Las personas que conformaban dicho equipo se encargaban de llevar colocar lonas y carpas, acomodar mesas y bancos, colocar el sonido, en general apoyaban en varias labores que lo requiriesen; y por eso mismo deben llegar con anticipación a los lugares donde se llevará a cabo el evento para poder acomodar todo antes de que dé inicio, también deben recoger todo el equipo.

²⁷ Visita a jardín de niños Mexitli. Del. Iztacalco, Barrio de San Miguel, 22 de mayo de 2015

²⁸ Reunión vecinal. Del. Iztacalco, Sur 20A #42, Esq. Oriente 255C, 22 de mayo de 2015

Entre los de logística se notaba mucha rivalidad y discordia, a pesar de que todos debían hacer las mismas cosas no les agradaba que otro viniera y le dijera que las hiciera. El único a cargo era el ingeniero Alejandro, coordinador de logística quien en caso de tener otros eventos dejaba a alguien más a cargo, lo que molestaba a los demás y provocaba que no quisieran obedecerle y hubiera desorganización; cada quien hacía lo que le daba la gana. Esto provocaba que se retrasaran en el tiempo para realizar las actividades:

El señor ofreció café a los asistentes, pues el clima era muy frío. El equipo de logística llegó y mencionaron que colocarían unos pendones en la fachada de la casa. Ramiro era el que estaba a cargo y comenzó a llamar a Luis, otro de logística que se encontraba en la camioneta resguardándose de la lluvia, pero éste no bajó, por lo que Ramiro fue hasta la camioneta para decirle que bajara a colocar los pendones pero se negó y le cerró la puerta, lo que provocó la molestia de Ramiro quien regresó a la casa y comenzó a hacerlo él mismo. Después de un rato llegó Luis y le arrebató las cosas y empezó a hacerlo, mientras se quejaba de que le pusieran el trabajo a él y que no tenían porque andarle gritando. (El comportamiento de Luis molestaba a los demás, porque no hacía las cosas cuando se las pedían, aunque fuera su trabajo. Hacían comentarios cuando no se encontraba presente).²⁹

Esto demuestra una falta de compromiso hacia la empresa, ya que la mayoría de los integrantes buscaban la manera de que el candidato los viera trabajar para que éste notara su apoyo, pues en caso de resultar ganador les recompensaría. Había quienes no hacían nada mientras Emilio no estaba cerca, no cumplían con su trabajo porque lo único que les importaba era quedar bien con él.

Brigadistas. Son quienes tienen la función de repartir propaganda en las casas y en la calle. Además, se encargan de informarle a la gente de eventos y convencerlos de que asistan a ellos, más aún cuando son cerca de sus casas; algunas veces ayudaban a los de logística a armar las carpas y a colocar las lonas.

Hacer una campaña requiere de mucho esfuerzo y dedicación, no se tiene nada asegurado y lo que se apuesta puede ser más de lo que se gane, por ello es importante tener un equipo de confianza con el que se pueda contar hasta el final de la campaña, eso lo menciona Emilio durante una reunión de su equipo de trabajo:

²⁹ Reunión vecinal. Del. Iztacalco, 12 de mayo de 2015.

“Otra cosa que mencionó es que él había elegido a gente de confianza y a su vez les había pedido a estas escogieran 10 personas de confianza para apoyar y conformar el equipo. Sin embargo, habían encontrado un paquete de volantes tirados en un lugar que no recuerdo y que ya estaban investigando a quien se le había proporcionado dicho material.”³⁰

Como se muestra en la anterior descripción existe el riesgo de que la gente que se ha seleccionado no sea de confianza y leal a la campaña, haber escogido personas cercanas a él pudo ser bueno en parte, como ya lo conocían existía una relación amistosa o de compadrazgo, pero esto también resultó contraproducente para la campaña; debido a su cercanía al candidato algunos miembros del equipo comenzaron a olvidar el lugar que debían ocupar y sus funciones, se hacían notorias las relaciones de parentesco o noviazgo lo que provocó que comenzaran a notarse algunos problemas entre los miembros.

Al iniciar el seguimiento de la campaña se les explicó de mi parte y mi compañero la razón por y para la que nos encontrábamos ahí, pero al parecer nunca les quedó claro, pues pensaban que estábamos haciendo servicio social y que podían mandarnos a hacer los trabajos que nos dieran (no es que no lo quisiera hacer), pero desde un principio pedimos se nos permitiera estar lo más cerca posible del candidato para ver la interacción que tenía con la gente y escuchar las quejas, peticiones y demandas que le hacían llegar, sin embargo en varias ocasiones me mandaron hasta el otro lado de la calle o a buscar gente a los alrededores para las reuniones y tocar puertas para informar que el candidato se encontraba en el lugar porque los brigadistas no estaban entregando propaganda alrededor de la zona, por estar pegados al candidato, varias veces me tocó hacer su trabajo. Esto habla de una desobediencia y falta de empeño que les ponían a las indicaciones que se les daba.

Lo anterior mencionado provoca una fractura dentro de la estructura de la campaña, ya que no se mantienen los mismos objetivos; unos se esfuerzan mientras que otros buscan quedar bien, eso provoca que existan fallas en la campaña ya que no hay una buena organización, se retrasan los eventos, se hacen notorios los problemas frente a los externos a la campaña, se malgasta el tiempo en regaños a los miembros, en general el trabajo no se hace correctamente.

4.5 El discurso y su eficacia.

El discurso es un elemento fundamental estratégico de las campañas políticas, la importancia del discurso radica en su eficacia, debe atender las necesidades e inquietudes de la gente a quienes va dirigido, de lo contrario pierde efectividad y no provoca el impacto en la audiencia esperado. Otro

³⁰ Junta con el equipo. Del. Iztacalco, Col. Agrícola Oriental, 4 de mayo de 2015.

punto para tomarse en cuenta es la capacidad que posee el político para manejarlo en base al lugar y con la gente que se encuentra, destacando aspectos que son de su interés, atendiendo al imaginario de los presentes. A través, de ideas claras y simples, el uso de vocabulario adecuado que le permita resaltarlas.

El objetivo del discurso es convencer al ciudadano de votar por ese candidato o partido, porque es la mejor opción, pretende hacer creer por medio de las palabras adecuadas y promesas a la ciudadanía que el candidato y el partido cumplen con lo que ellos requieren para que los problemas y demandas le sean solucionados, su estilo de vida se vea favorecido por la ejecución de obras y la implementación de programas sociales. Por medio del discurso se hace hincapié en las cualidades y virtudes que el candidato posee o dice poseer, para que la gente crea que es una persona ejemplar, honesta, dedicada a su labor política y dispuesta a trabajar por el bien común y así generar un cambio que permita el desarrollo de la comunidad.

La facilidad con la que los políticos lanzan propuestas al aire y no las cumplen se ha hecho visible y por ende el ciudadano ha dejado de creer en ellos y sus promesas de campaña, por ello es que deben recurrir a otras estrategias que les den soporte y otorguen credibilidad ante la ciudadanía. Ante ello, deben adecuar su discurso al contexto social en el que se encuentran y al público al que va dirigido, *(los) gobernantes que indagan en las expectativas ciudadanas, adecúan a ellas su plataforma electoral, personalizan la política y ganan a partir de estrategias de marketing, independientemente de proyectos y propuestas partidarias. En síntesis generan expectativas que no cumplen* (Tejera, 2006: 54). El discurso busca adecuarse a lo que la gente quiere escuchar, con el paso del tiempo estas prácticas políticas se van adaptando para poder tener incidencia entre la ciudadanía, también se van modificando en caso de no generar resultados positivos para el partido.

En la campaña de Emilio Serrano se recurrió a dicha práctica, en su discurso hacía uso de estrategias que le permitían incidir en la opinión de la gente, recurría a varios recursos como son su personalidad, su vida personal familiar, las actividades sociales que había realizado hasta entonces y su carrera política, más que a proporcionar propuestas y proyectos para mejorar la entidad.

El discurso político es una bisagra entre el pensamiento y la acción. Cuando es auténtico, refleja creencias, convicciones profundas, acerca de un orden social deseable y marca el derrotero de una praxis inspirada en esos valores. Cuando no lo es, el discurso se convierte en mistificación de las verdaderas creencias e intenciones políticas. (Oszlak, 1999: 1)

A través de la mención de las actividades realizadas con anterioridad buscaba respaldar sus palabras y hacer compromisos poniendo como ejemplo su trayecto en las asociaciones de las que es

dirigente. La parte más recurrente en el discurso del candidato era la mención de su pertenecía al C.I.V.I y Revolución Blanca, comentaba las actividades realizadas por medio de éstas, las cuales decía, estaban sujetas a sus posibilidades como asociación civil. Las personas que conforman ese grupo son amigos y vecinos que trabajan por Iztacalco, aún así, lograba realizarles festivales donde se regalaba algo a todos los asistentes, le recordaba a la gente que él era el organizador de tales eventos y los seguiría haciendo, principalmente, cuando se encontraba en lugares en los que habían hecho actividades anteriormente por parte del C.I.V.I., añadía que él siempre sería participe de la solución de los problemas que les aquejaban a los vecinos de la colonia y de la delegación además, ofrecía asistencia jurídica y mencionaba los problemas que se resolvieron por las quejas de vecinos en cuanto a poda de árboles, baches, etc. Sin embargo, durante los últimos días de campaña mencionó que de no ganar las elecciones se iría de Iztacalco a vivir a otro lado porque no podría quedarse y soportar las injusticias de las que serían presa los ciudadanos si ganaba otra vez su contrincante del PRD.

Pero claramente fue una mentira más en su discurso, pues eso no sucedió, no se cambió de vivienda como dijo y aún sigue con las actividades por parte del consejo vecinal.

Otro elemento que formaba parte del discurso era el tema de la austeridad, durante la campaña Emilio a través de los mítines y propaganda solía decir que era parte de las asociaciones antes mencionadas con las cuales había participado de diversas actividades en beneficio de los iztactalquenses y de los festivales en los que regalaban y hacían rifas de juguetes y electrodomésticos entre los presentes; estos eventos eran realizados gracias a las organizaciones que lidera desde mucho antes de la campaña, por lo que, en su momento eran sin fines políticos o electorales, según mencionaba. Sin embargo, fueron utilizados para propósitos de proselitismo por el candidato, los primeros meses se mencionó que la campaña sería austera y que él no llenaría de “basura visual” las calles y avenidas de Iztacalco porque era una ofensa para los habitantes que se desperdiciara todo ese dinero en algo que después tataría las coladeras. Lo único con lo que contaba la campaña era con folletos con propaganda del partido, no estaba permitido despilfarrar los recursos y no se colocaron pendones ni mantas hasta la etapa final de la campaña, excepto algunas bardas pintadas.

No obstante, fue claro que el dinero usado para los eventos organizados por el C.I.V.I provenía de los recursos de la campaña electoral, pero se manejaban como independientes. La campaña austera no duró mucho, cuando al parecer tuvo que ceder a las demandas de su partido, igualmente se decidió que los eventos sociales a nombre del C.I.V.I ya no serían tan importantes, esto debido a la poca gente que atraían y el gasto de recursos humanos y económicos; por lo que dejaron de ser

relevantes como parte de la campaña. Si bien la gente asistía a los eventos para llevar a sus hijos y se beneficiaran de las respectivas actividades y el entretenimiento ofrecido, los asistentes no mostraban demasiado interés en que el candidato se presentara en el evento además, claro está, este espacio no era el adecuado para hacer proselitismo abiertamente puesto que incurría en faltas.

4.5.1 “Soy Amigo y Vecino”

En la delegación Iztacalco hay personas que no sienten agrado por las que no son nativas, en varias ocasiones y sobre todo en las reuniones que se realizaban en los barrios solían hacer comentarios acerca de gente de fuera que venía a la demarcación y ocupaba puestos de trabajo, lo cual le quitaba a los residentes esas plazas; mencionaban que Iztacalco debía ser para los iztocalquenses y no deseaban que externos se mudaran a las nuevas viviendas que estaban en construcción en la colonia Pantitlán, pues según decían les quitaban los servicios.

Por medio del discurso Emilio hacía énfasis en ello: “Iztacalco para los iztocalquenses”, ya que es muy importante para los ciudadanos que sus gobernantes hayan vivido en la entidad que desean gobernar y que asegure beneficios y preferencias para las demandas de los ciudadanos y la alcaldía en general. Esto en parte, porque saben que siendo de allí está consciente de los problemas que padecen, al igual que cualquier iztocalquense, si bien es cierto que no es un discurso único de esta delegación, si se le daba mucha importancia a este aspecto comparado con otros lugares. El candidato hacía hincapié en que era “Amigo y Vecino” de la Agrícola Oriental desde hacía 59 años, que como iztocalquense sabía de los problemas que se vivían en la delegación, así como las mejoras que debería tener la misma, en el discurso era importante hacer este proceso de identificación para que los ciudadanos tuvieran más confianza en que sabría cuáles y cómo podría solucionar estos problemas.

Como mencioné algunas páginas atrás, Emilio Serrano ha realizado varias actividades a nombre del C.I.V.I. y ha vivido casi toda su vida en la colonia Agrícola Oriental lo que le ha permitido ser popular no sólo como vecino de la comunidad, sino que también como amigo de los locales. Durante los recorridos la gente lo reconocía, puesto que al haber contenido como candidato para Diputado local y federal en años anteriores le llevó a hacer campaña, por ello mucha gente lo recordaba. El eslogan de la campaña: “Es Amigo y Vecino”, lograba que quienes no lo conocían se interesaran, el candidato decía en qué colonia vivía para que supieran que habitaba cerca de ellos. Esto parecía importarles a la gente, estar cerca parecía agradecerles, mientras otros criticaban el hecho de que los políticos sólo fueran a verlos cuando estaban en campaña, razón por la cual él contestaba

que vivía allí y visitaba varios lugares aunque no de la misma forma, si no como un ciudadano más. En el siguiente fragmento de una ficha se observa la interacción que tenía con la gente y en especial aquellos que lo reconocían por su trayectoria:

El recorrido continuó por todo el mercado, muchas personas lo reconocían y estaban felices de verlo. [...]

[...] Prosiguió el recorrido a pesar de que su personal le insistía en que no le daría tiempo de pasar por todo el mercado y debía apurarse, a lo que hacía caso omiso y seguía saludando y presentándose con cada persona que pasara y le regalaba un calendario. Aún en este mercado que estaba un poco más lejos de su casa las personas lo recordaban y saludaban, e incluso le pedían tomarse una foto con él, a lo cual no se negaba.³¹

Los problemas que aquejan el lugar de residencia de las personas son los que desean se solucionen a la brevedad, obviamente porque afecta su seguridad y bienestar social, la gente que no vive cerca de ahí no sabe qué situaciones requieren atención inmediata y no les da la misma importancia, por ello los ciudadanos optan por que sus representantes sean de la misma zona, de ese modo se enfocará en cuestiones fundamentales y otorgará los medios adecuados para mejoras en la zona.

4.5.2 “Voten por la persona, no por el partido”

Otro tema recurrente que se le llegaba a cuestionar a Emilio era sobre el partido por el cual contendía en esas elecciones. Pertenecer a uno u otro partido es una etiqueta que se colocan los políticos, la gente tiende a asociar el partido con las acciones que éste ha llevado a cabo, sobre todo si actúan con ilegalidad y en base a ello los juzgan; lo cual no es incorrecto del todo, pues el hecho de contender por un partido quiere decir que se poseen intereses en común o que se ajustan a los que posee.

Los ciudadanos asocian al candidato con lo que saben de su partido, en el caso estudiado: el PRI tiene mala fama por estar envuelto en casos de corrupción, principalmente, fraude electoral, acarreo, compra de votos y muchas otros actos ilegales. Todo eso influye en la percepción que los individuos tienen sobre los candidatos que postula el PRI; debido a la falta de interés del ciudadano común en temas de política ocasiona que la información que le llega proveniente de medios de comunicación sea arbitraria y tendenciosa, por lo que si no se tiene disposición alguna por investigar por sí mismo para formarse un criterio propio sobre algún tema la visión que obtenga será sesgada. Por lo cual, la decisión en las urnas se verá influida por dicha información manipulada.

³¹ Recorridos en mercados. Del. Iztacalco, Col. Agrícola Oriental, 25 de abril de 2015.

Al ser cuestionado sobre el partido al cual pertenecía y ante el disgusto y rechazo de la gente, en su discurso y durante la primera etapa de la campaña optó por justificarse a través de él mencionando que se debía “votar por la persona y no por el partido”, en varias ocasiones le sucedió lo mismo:

Otra señora le estaba diciendo a Emilio que ella sí votaría por él, pero si estuviera en MORENA, pero como estaba con el PRI no lo haría. Ante esta afirmación el candidato le contestó que debía votar por la persona y no por el partido, la señora insistió en que no lo haría mientras estuviera con ese partido, le dijo a Emilio: “Por ti sí votaría, pero no por el PRI, si estuvieras en MORENA sí votaba por ti”. Algunos miembros de la campaña comenzaron a comentar que la señora estaba mal, que no debía votar por un partido sino por la persona.³²

En el caso anterior la señora estaba totalmente convencida de que no votaría por el PRI, de ninguna manera aunque su candidato fuese Emilio a quien sí apoyaba pues lo conocía y sabía de las cosas que había hecho en el pasado, sólo votaría por él si se encontraba en el partido MORENA. Sin embargo, es algo contradictorio lo que dijo puesto que hacía mención sobre el partido en específico por el cual votaría si contendiera por él, en ningún momento mencionó que podría ser cualquier otro partido, sólo MORENA, entonces la señora realmente no votaría por Emilio es decir, por el candidato sino por el partido en sí.

En casos como este el candidato apelaba a su persona y no a su partido, pues como una vez también lo dijo durante un recorrido en un mercado en el cual se le cuestionó su salida del PRD: “No voy por un partido, voy por los ciudadanos”.³³ En casos como este hacía notar lo importante que era la persona y su compromiso por la gente y no el partido, como suele decirse “el fin justifica los medios”, pues para él lo importante era llegar a delegado para poder hacer cosas en beneficio de la entidad sin importar el partido con el cual ganara.

Las campañas son un lugar perfecto para ver tanto la apatía de la gente a informarse para elegir a sus representantes, como la poca gente que se informa y se atreve a confrontar y exigirles explicación a sus gobernantes. Sin embargo, muchas de las veces los candidatos ajenos a la mala gestión en el partido se ven obligados a dar la cara por los actos cometidos por el partido al cual pertenece, enfrentan las críticas y reclamos de los ciudadanos. De igual modo, hay a quienes no les importa quién sea el candidato para el puesto mientras que sea del mismo partido al que apoyan ciegamente (en este caso el PRI) como podemos observar en la descripción siguiente de una reunión vecinal:

³² Recorrido en mercado. Del. Iztacalco, Col. Agrícola Oriental, 2 de mayo de 2015.

³³ Recorrido en mercado. Del. Iztacalco, 25 de abril de 2015.

Al terminar el discurso una señora que estaba frente a mí dijo: “si que se vayan esos cabrones” (refiriéndose a los del PRD) la señora comenzó a hablar conmigo diciendo que ella siempre había sido priista desde niña, pues ella siempre había votado por el PRI desde Adolfo Ruíz Cortines (la señora parecía tener entre 75-80 años) también mencionó que ella quería una playera y una gorra de las que estaban regalando y se paró a que le dieran, luego regresó a su lugar y me comentó que ella vivía rodeada de puro perredista y que ni modo, esperaba que sacaran a los del PRD.³⁴

La siguiente descripción corresponde a otra reunión vecinal en casa de una pareja que también apoyaba al PRI desde hacía varios años:

Yo me encontraba en el interior con dos abogados del equipo de Emilio y los señores dueños de la casa. Un matrimonio de edad avanzada. En la pared estaba colocado un cuadro de 60x40cm con la foto de Enrique Peña Nieto (el entonces presidente de México) y a un costado una bandera de México. La abogada le hizo el comentario sobre el retrato al señor quien dijo ser priista de corazón, desde hace mucho tiempo que asistía a reuniones del PRI. Por ello tenía “ahí al jefe” (refiriéndose al cuadro). Y que por eso apoyaba siempre a los candidatos del PRI, sin importar quienes fueran.³⁵

En estos dos casos donde la gente es priista el discurso va más encaminado a reafirmar el hecho de que él es un candidato que pertenece al PRI, no hay mucho que decir al respecto en su discurso puesto que es un hecho que ellos votarán por el partido sea cual fuere el candidato, sin importarles las propuestas o sus antecedentes. Sin embargo, cuando la ocasión lo ameritaba hacía mención de su pertenencia al PRI. Durante una reunión vecinal mencionó que, como él pertenecía al partido que se encontraba en el gobierno tenía muchos amigos que le ayudarían a bajar presupuesto para poder llevar a cabo todos los programas y proyectos que requería para Iztacalco; todo dependía con qué personas se encontraba y lo que le cuestionaban, utilizaba elementos discursivos y se deslindaba o adscribía a dicho partido.

4.5.3 “El único que puede ganarle al PRD somos nosotros”

Como ya se mencionó con anterioridad, el partido que gobernaba en ese momento en la delegación Iztacalco era el PRD y este también era quien poseía la ventaja en la contienda, ya que el candidato

³⁴ Reunión vecinal. Del. Iztacalco, Unidad Habitacional El Huizachito”, 1 de mayo de 2015.

³⁵ Reunión vecinal. Del. Iztacalco, casa particular, 12 de mayo de 2015.

a jefe delegacional era el esposo de la entonces delegada. Está por demás decir que contaban con recursos de la delegación para la campaña, así como pertenecer a un partido conocido y “aceptado” en la delegación.

En el discurso de campaña, Emilio manejaba mucho la idea de que sólo él era competencia del PRD, siempre mencionaba en las reuniones vecinales cuántos puntos tenía cada partido y cuántos ganarían o perderían debido a que la gente ya no apoyaría al PRD, según sus cuentas él ganaría por unos cuantos puntos; decía que era el único que podría ganarle al PRD, pues debido a que la delegación siempre ha sido gobernada por dicho partido tendría más apoyo, el hecho de que la administración actual había cometido varios excesos y estuviera inculpada por corrupción y nepotismo haría que la gente razonara esta vez su voto y le darían un voto de castigo. El candidato del PRI mencionaba que sólo había dos opciones: la continuidad del PRD, lo cual significaba más corrupción y enriquecimiento por parte de la familia de la delegada y mala administración o el cambio el cual él representaba, sin enriquecimiento a costa del pueblo, una buena administración y políticas públicas para el desarrollo de la entidad. Esto era una estrategia para que la gente creyera en dichas deducciones y si querían desplazar al gobierno actual votarían por él, pues por los otros no era un voto útil, ya que no tenían mucha aceptación y apoyo por parte de la gente en la alcaldía.

En todos sus eventos decía que él no estaba en contra de los otros candidatos y que incluso conocía a varios de ellos, algunas veces mencionó que les deseaba suerte, pero que era muy difícil que lograran ganar a comparación de él. Sin embargo, no decía lo mismo con respecto del PRD pues de este partido hablaba más y criticaba los excesos y la corrupción por el cual pasaba su administración actual, aparte de acusarlo de ineficiente y decadente, hacía mención de los grandes errores del gobierno delegacional, se identificaba con los habitantes por la problemática de la que padecían, tanto ellos como él y su familia por culpa de la delegación al no atender los problemas de manera eficaz; identificarse y unificarse para derrotar un mal que les perjudica a ambas partes, ese era el punto.

Todo esto es parte de la estrategia que usan los políticos en su discurso, hablan sobre hacer un cambio cuando no se pertenece a la administración en turno, la cual es mala y ellos van a mejorar las cosas, van a trabajar para la gente sin corrupción, etc...., o por el contrario, si pertenecen al mismo partido que gobierna afirman que se debe haber continuidad para terminar proyectos que la anterior administración ya no pudo por falta de tiempo o presupuesto, todo depende del lado en el que se encuentren.

4.5.4 “Las estadísticas nos ponen a la cabeza”

Durante las campañas electorales varios medios de comunicación y los mismos partidos realizan encuestas para ver las preferencias de los votantes y proporcionar datos que permitan tener una visión de lo que se espera en las elecciones. Sin embargo, me encontré con algunos problemas durante esta campaña debido a que no había estadísticas o información sobre la preferencia electoral en la delegación Iztacalco, por lo que de alguna manera mi visión se vio sesgada acerca de cuál partido tenía mayor preferencia. La campaña de Emilio no realizó encuestas y en algunas ocasiones se mencionaba entre los miembros del equipo que habían escuchado que Carlos Estrada el candidato a jefe delegacional por el PRD, había realizado una en la que se encontraba a la cabeza por muchos puntos; lo cual era cuestionado por la gente del PRI, primeramente por el hecho de que él había sido el que la mandó hacer y eso le privilegiaba en los resultados además, de que la cantidad de puntos era más del 70% lo cual carecía de realidad, según mencionaban. Ni siquiera en los periódicos se encontraban encuestas y si no existían tales datos, ¿de dónde sacaba Emilio la información?, él mencionaba que ganaría y por cuántos puntos, sin embargo eso sólo se basaba en datos de las elecciones pasadas y ahora el contexto era total y completamente diferente, se agregó otro partido a la contienda, MORENA, el cual se veía fuerte por ser un partido creado por Andrés Manuel López Obrador pero no se esperaba que pudiera siquiera llegar a los 3 primeros lugares. El hecho de no contar con encuestas realizadas y que pudieran ser consultadas por los ciudadanos era una ventaja más para los partidos, quienes podían inventar números a su antojo y decirse a la cabeza de las preferencias aunque no contaran con datos reales que los respaldaran, igual no se podía saber qué tan cierto era lo que les estaban diciendo. Personalmente, al no contar con herramientas necesarias para comprobar la información dada o de las encuestas de las que hablaban, me vi influenciada por los datos que se manejaban en la campaña estudiada y llegó el momento en que creí que podrían ser reales. No obstante, los resultados de la elección fueron sorprendentes para más de uno, incluso los mismos partidos se vieron impresionados por los resultados de la elección.³⁶

4.6 Eventos

Durante la campaña se realizaron varios eventos con motivo del día del niño y de la madre, los cuales eran realizados por parte de la asociación civil C.I.V.I sin fines políticos, según mencionaban. A pesar de ello a estos eventos acudía el candidato Emilio en calidad de invitado de honor, mediante ellos se promovía la imagen del candidato como un amigo y vecino que está comprometido con la comunidad y que se mantiene cerca de la gente, apoyándolos a través de regalos otorgados por la asociación a los niños y a madres. Los eventos del día del niño eran

³⁶ En las conclusiones hablaré sobre ello.

organizados por Emary la hija mayor del candidato Emilio, esto porque durante la campaña el C.I.V.I estaba a cargo de ella. Pero tal parece que dichos eventos no eran del agrado de todos los miembros de la campaña, pues aseguraban no había mucha concurrencia y se desperdiciaban recursos; se realizaban dinámicas con los niños, actividades como juegos, pintar caritas a los niños y manualidades. Como ya mencioné, la encargada y dirigente de dichos eventos era Emary quien con ayuda de logística colocaban carpas, mesas y bancos, inflaban globos y decoraban, poco a poco iba llegando la gente, varios de ellos iban pasando por casualidad y se les invitaba a la actividad, algunos accedían y otros no. Una vez empezadas las actividades anunciaban que llegaría un invitado especial y poco después arribaba al evento Emilio a quien recibían algunos desconcertados y otros ya lo conocían, los niños en cambio continuaban con sus actividades sin prestarle atención. El candidato llegaba saludando a todos los asistentes, tanto adultos como niños con los cuales se sacaba fotos para posteriormente subirlas en su Facebook, luego de saludar procedía a dar un breve discurso, agradeciendo la invitación, felicitaba a los pequeños y se disculpaba por no poder darles obsequios como en otras ocasiones, ya que decía que durante su periodo de campaña no podía dar regalos porque iba en contra de la ley y eso podría ocasionar malentendidos, contrario a lo que hacían sus contrincantes del PRD, quienes según decía, regalaban juguetes quebrantando la ley; sin embargo afirmaba que cuando terminaran las elecciones regresaría con regalos para ellos. Supuestamente él acudía en calidad de invitado como un ciudadano común al evento, sin hacer proselitismo ya que no sería correcto, pero contrario a lo que decía, a cada persona que saludaba le obsequiaba una tarjeta de presentación en la cual estaban sus datos para lo que se le ofreciera a la gente, pero dichas tarjetas eran calendarios y en el reverso propaganda política de su candidatura; al terminar de saludar a los presentes se retiraba del lugar dejando a cargo a su hija.

Cabe mencionar que los que asistían a los eventos no era porque apoyaran su candidatura, puesto que muchos de los asistentes no tenían ni idea, sino más bien estaban ahí por las actividades ofrecidas para sus hijos y aunque el candidato no les llevaba regalos cuando se retiraba del evento pudimos constatar que regalaban dulces y pelotas a los pequeños. A continuación, refiero la descripción de uno de los eventos realizados con motivo del día del niño que se llevó a cabo durante la campaña y en el que suscitó un problema debido a que la zona era perredista:

Durante un evento del día del niño dentro de una unidad habitacional, la cual es considerada una zona perredista, ya que aquí viven varias personas que trabajan para la delegación; el candidato se limitó a decir a penas unas cuantas palabras y se retiró del lugar, esto debido a que las condiciones en cuanto a seguridad se

refieren, para llevar a cabo el evento no eran adecuadas, como se puede leer a continuación:

El evento es para los niños, quienes mientras llega Emilio son entretenidos por una persona del equipo, quien les hace jugar algunos juegos. Además de los niños hay un buen número de asistentes (comparado con otros eventos anteriores de la misma índole), aproximadamente 40 personas sin incluir a los niños.

Cuando llega el candidato, un grupo de siete hombres con facha de matones salen de la unidad mientras gritan “¡Fuera Emilio!, ¡Fuera Emilio!”. El discurso es rapidísimo apenas unos cuantos minutos y se prosigue a sacarlo de la unidad temiendo que haya algún altercado. También se nos indica (a mi compañero y a mí) que debemos salir del evento rápidamente por nuestra seguridad.

Cuando subimos a la camioneta los del equipo mencionaron que los siete señores anteriores, estaban armando un grupo de gente en las entradas y salidas de la unidad con la intención de irrumpir en el mitin. Esto no se logró debido a que algunos miembros de la campaña fueron a ver lo que se tramaba y actuaron rápidamente.³⁷

Dichos eventos supuestamente no tenían la intención de hacer proselitismo, por lo que se les indicaba a los del equipo de campaña que no utilizaran las playeras del partido, de igual modo no se permitía repartir propaganda pero resulta que simplemente es una estrategia de campaña hacer esos festivales para los pequeños con actividades gratis, además de regalar algunas cosas. Lo interesante de todo esto es que la asociación está a cargo de su hija quien lo invita a pasar un rato con los niños y se toman fotos, mostrando la cercanía del candidato con la gente, las fotos tomadas en dichos eventos eran subidas tanto al Facebook de Emilio como del CIVI. De modo que se hace campaña de manera discreta, para no incurrir en faltas a la ley, disimulan las actividades, no se permite que los miembros de la campaña porten ropa con propaganda del partido, sin embargo la decoración con globos utilizaba los colores verde, blanco y rojo, los cuales son representativos del PRI; obviamente es con una doble intención, por una lado se evita el uso de propaganda para que en dado caso no haya pruebas mediante fotos de que se está realizando proselitismo y por otro lado se decora con los colores del partido y se invita al candidato. Así mismo, hubo un par de eventos de este tipo en los que los organizadores eran padres y maestros pertenecientes a un kínder, el cual había solicitado el apoyo del CIVI, pero al ver que Emilio comenzó a hacer proselitismo algunos padres se quejaron de

³⁷ Evento del día del niño. Del. Iztacalco, Unidad Habitacional Mujeres Ilustres, 4 de mayo de 2015.

ello y nos tuvimos que retirar para no incomodar a la gente. Por esta razón, el candidato tuvo que retirarse de algunos eventos, en otros era por la disputa entre los residentes por sus diferencias políticas, para evitar altercados.

4.7 Mítines y recorridos



Foto 6. Reunión vecinal en la unidad el Huizachito.

Los mítines son una forma en la que los políticos pueden acercarse a la gente y hacerles llegar su proyecto político, de igual modo le permite a la ciudadanía conocer a los candidatos, solicitar apoyos y reclamar inconformidades sobre la mala administración, entre otras cosas. A lo largo de la campaña se llevaron a cabo mítines y reuniones vecinales por toda la delegación, los cuales consistían en ofrecer un discurso el cual cambiaba en base al tipo de público al que iba dirigido y a sus intereses hacía énfasis en ciertos puntos, en él se mencionaban sus propuestas, criticaba el actual gobierno y se comprometía a gobernar de ser ganador de manera honesta y justa. Al finalizar su discurso se permitían las preguntas y comentarios por parte de los asistentes.

Los mítines se llevaban a cabo en casas de personas que conocían y apoyaban la candidatura de Emilio, gracias a los eventos previos que este había hecho por medio de su asociación se ponían en contacto con su equipo y agendaban el evento con el compromiso de llevar cierta cantidad de gente a la reunión, algunas de esas personas eran familiares de los mismos miembros de la campaña así que a las reuniones sólo acudían familiares y algunos vecinos de ellos. Por lo que resultaba un problema en la asistencia, ya que no lograban reunir mucha audiencia como en la reunión que continuación expongo:

El siguiente evento fue en la unidad habitacional el Huizachito, en la cual al llegar ya estaban colocados los bancos y una mesa, además de la mesa de aguas. No se encontraba ninguna persona en el lugar, por lo que el Sr. Chío nos indicó que iba a cancelar el evento y que ya nos fuéramos. Esperábamos en la entrada cuando se metió y poco tiempo después le marcó a su hijo y éste nos dijo que regresáramos. Cuando llegamos donde estaba el candidato pude oírle decir que no quería que se cancelara ningún evento más y que de ser necesario se reprogramarían pero ya que ya no se cancelaran. Así que, estuvimos esperando y se nos mandó a acompañar a la esposa del candidato quien ya estaba tocando puertas invitando a los vecinos a acudir a la reunión Sólo se pidió se visitaran los dos edificios de alrededor pues más allá ya no se podía ir.

La gente comenzó a llegar y finalmente se ocuparon todos los lugares y Emilio comenzó con su discurso (éste ya ha sido mencionado en fichas anteriores). Acudieron alrededor de 20 personas.³⁸

También ocurrió en repetidas ocasiones que a las reuniones asistían sólo personas que ya antes habían ido a otras reuniones y los demás lugares se llenaban con el personal de la campaña, esto llegó a molestar al candidato. A continuación una reseña:

Eran como las 4:15pm cuando el señor Chío se acercó para explicar el retraso de Emilio, sin embargo el micrófono no funcionaba muy bien, debido a que habían colocado un cable que ya no servía bien. Por lo que tuvo que hablar fuerte para que todos pudieran oír, les dijo que Emilio le había hablado y que como estaba lloviendo había congestiónamiento y no podía pasar, pero que ya venía en camino y que lo esperaran unos 10min. A esto una señora le dijo que ya varias personas se habían retirado porque traían a sus niños en carriola y que el clima no les permitía quedarse. Ella les había dicho que comprendía y que pues ni modo para que no había llegado a tiempo. Además le hizo ver al señor Chío que ya muchos se habían ido para que no dijeran que no había traído gente.

Mientras otro señor hablaba con una señora diciéndole que Emilio sí iba a venir que él era muy puntual pero que seguro era por el clima que se había retrasado.

Como a las 4:30pm llegó Emilio, se disculpó por el retraso y saludó a la gente aunque mencionó que la mayoría de los que estaban presentes ya habían asistido a

³⁸ Reunión vecinal. Del. Iztacalco, Unidad Habitacional “El Huizachito”, 1 de mayo de 2015.

una de sus reuniones. Que sólo había como 5 caras nuevas, lo que pareció molestarle, ya que mencionó que era importante que se trajeran a personas nuevas, pues no tenía sentido que las mismas acudieran a todas las reuniones dado que no se estaba difundiendo su propuesta política.³⁹

Como se menciona hubo personas que tuvieron que retirarse debido a la impuntualidad del candidato y por el mal clima, probablemente ésta gente era la primera vez que asistían a una reunión de él y no pudieron escucharlo debido a que no llegó a la hora acordada. Los ciudadanos toman en cuenta la actitud de los aspirantes y no les agrada tener que esperarlos, pues es como una burla para ellos el darles un poco de su tiempo para escucharlos y que ni siquiera puedan estar a tiempo sin importar las razones detrás de ello. De igual modo, se llevaron a cabo varios recorridos, principalmente en mercados y tianguis, durante los cuales el candidato saludaba tanto a los mercaderes como a las personas que se encontraban realizando sus compras; por lo regular en los mercados siempre hay gente y si a ello le sumamos que a un candidato le ha dado por hacer proselitismo dentro de ellos, y le agregamos la mala organización que tienen los miembros de su campaña, como resultado obtendremos un caos total y la molestia e inconformidad de los presentes. Eso sucedió mientras hacíamos recorrido por un mercado:

El siguiente evento es un recorrido dentro de un mercado, para el cual se llevan playeras y mandiles para repartir entre los locatarios. El tipo de material de los mandiles es manta, algo delgado, pero con uso práctico. En ellos se lee “soy amigo y vecino y estoy con Emilio Serrano”. Las playeras son del partido verde, se puede ver un gran logo verde y en letras “Emilio” “Verde” “sí cumple” Este evento fue por invitación de una de las líderes de los mercados quien en eventos anteriores también nos había acompañado.

Durante este recorrido fue muy difícil para mi compañero y para mí el acercarnos al candidato, pues había demasiados brigadistas y personas del equipo quienes a pesar de la indicación de no amontonarse y adelantarse en los pasillos bloqueaban el paso. Se les había indicado ya varias veces durante los recorridos en mercados que los brigadistas se adelantaran por los diferentes pasillos a repartir volantes e informar de la presencia del candidato. Sólo lo más cercanos a Emilio podían permanecer cerca, siempre y cuando dejaran espacio suficiente sin estorbar. Las personas que se encontraban haciendo sus compras empezaban a molestarse por

³⁹ Reunión vecinal. Del. Iztacalco, Juventino Rosas, Sur III, 30 de mayo de 2015.

el exceso de gente que se encontraba bloqueando los pasillos e impedían que pudieran acercarse a comprar, incluso los mercaderes hacían notar su inconformidad con muecas en sus caras hacía las acciones del candidato y su equipo. En un momento él mismo quedó atrapado entre su gente y ya no podía avanzar por lo que se molestó y dijo que ya sabían que no debían amontonarse, que se adelantaran por los pasillos a repartir la propaganda.

Mientras hacíamos el recorrido había una señora de un puesto de comida que se quejaba con su compañera de que los políticos nunca cumplían, pero al acercársele Emilio cambió su actitud, cuando se le regaló un mandil lo aceptó y pidió otro más para su compañera.

Se nos dijo que debíamos repartir propaganda a las personas que pasaban, por lo que al querer entregarle un volante a una señora me dijo: “No, ¿yo para qué quiero eso? Ya tengo muchos. Yo lo que quiero es una playera”. Muchas personas sólo se acercaban para pedir una playera o mandil. Se hizo notoria la molestia por parte de locatarios y personas que se encontraban en el mercado.

[...] Cuando estaba punto de terminar el recorrido un chico del equipo sacó un megáfono y comenzó a decir que se echaran una porra para Emilio, a lo que los del mercado respondieron con chiflidos y abucheos. Por ello se le indicó dejara de hacerlo para evitar el alboroto, sin embargo otros le decían que siguiera haciéndolo pues “en las campañas todo se vale”. El chico le dijo que lo volvería a hacer en cuanto Emilio saliera del mercado.⁴⁰

En los recorridos se hacía presente la variedad de opiniones de la gente con respecto al candidato, lo apoyaban y aplaudían, lo criticaban por ahora pertenecer al PRI y quienes no estaban conformes con los políticos rechazaban hablar con él optaban por no recibirle la propaganda. Igualmente, se mostraban molestos por el caos que provocaba los miembros de la campaña durante su paso por los mercados ya que estorbaban y en ocasiones el propio Emilio incomodaba con su saludo a quienes se encontraban comiendo en los puestos. Afuera de escuelas kínder, primaria y secundaria se llevó a cabo proselitismo, el candidato saludaba a todas las personas que se encontraban en el lugar y les ofrecía su tarjeta de presentación, muchas personas la aceptaban y se tomaban un momento para escucharlo, mientras que otras lo ignoraban y le hacían notar su molestia por estorbar en la zona con su gente, además de que colocaban un altavoz con el discurso del inicio de campaña. En estos

⁴⁰ Recorrido en mercado. Del. Iztacalco. 2 de mayo del 2015.

lugares era menos el recibimiento que tenía el candidato debido a que mucha gente en las mañanas iba con prisa y no se detenía a tomar la propaganda o les estorbaban los del equipo para pasar, pero si veían que se regalaba algo incluso de regresaban para pedir que también les dieran. Emilio solía saludar a la gente de mano y presentarse con ellos debidamente, pero en una ocasión una señora lo dejó con la mano extendida y al parecer el candidato se molestó y le recriminó su falta de respeto. Lo que nunca faltaba durante los recorridos y eventos era la gente que sólo se acercaba para pedir que le regalaran lo que sea que se estuviera regalando, ya fuera playeras, gorras o bolsas; y no porque apoyaran a dicho partido.

Cabe mencionar que durante mis días siguiendo al candidato en ninguna ocasión se realizaron toques de puerta, consideraban algunos de los miembros del equipo que era muy desgastante para el candidato (según mi informante Emilio había tenido problemas del corazón y no querían que se esforzara mucho) y otra razón más para no hacerlo es que supuestamente se llegaba a muy poca gente haciendo eso.

4.8 Mercancía propagandística

A través de la entrega de mercancía los partidos pretenden incidir en el voto de los ciudadanos, por eso es que gastan gran parte de su presupuesto para ello. La gente suele acercarse a los candidatos sólo para recibir algo que no sea un simple papel, pues consideran que ya que el dinero para financiar las campañas electorales proviene del erario es justo que obtengan algo, pues lo demás lo despilfarran en propaganda, como son lonas, folletos y pendones que terminan acumulándose y convirtiéndose en basura. Esto provoca la molestia de la gente quienes ven tapizadas las calles y puentes de toda la ciudad, aunado al excesivo gasto de dinero en anuncios políticos para la radio y televisión; recursos que bien se podrían utilizar en resolver problemas como la pobreza y el hambre que sufren millones de mexicanos en el país, todo esto provoca la inconformidad ciudadana por lo cual se encara y prácticamente se les exige a los políticos en campaña que les regalen algo; ya que muchas veces no están a favor de ese partido pero a fin de cuentas les encuentran un uso.

Lo más común que regalan los políticos son las playeras o gorras, pero poco a poco se han ido renovando y han adquirido más mercancías que resulten más útiles, como son: plumas, tortilleros, bolsas de tela para el mandado, mandiles, mochilas, reglas, reloj, termos, colores, lápiz, cuadernos, sombrillas, pines, pulseras de tela, entre otros.

La campaña electoral del PRI-PVM repartió varias de éstas cosas, pero lo que más destacó en ese año fueron las mochilas del partido verde quienes las hicieron llegar hasta las casas; dichas mochilas contenían un libro sobre ecología, un reloj, un termo, unos lápices y plumas; todos con el logotipo del partido y aunque mucha gente no estaba de acuerdo con dicho gasto ni se apoyara a

dicho partido, se hicieron notar entre aquellos a los que les llegó dicho paquete ya que portaban las mochilas, sobre todo en los niños y jóvenes que la llevaban a la escuela, hubo quien modificó y logró borrar la propaganda para así usarlos con discreción.

En la campaña que seguí lo que más se repartió fueron las playeras, mandiles, gorras y bolsas. Por parte de la gente fueron muy bien recibidas, apenas veían que las traían y se amontonaban para pedir las y en algunos casos se molestaban si ya no alcanzaban o si no llevaban nada para regalar.

Lo que se busca con estos insumos es que sean útiles y que las personas no los boten como lo hacen con los panfletos que se reparten, se intenta hacer llegar un mensaje a la ciudadanía a través del uso de ellos.



Foto 7. Mujeres usando los mandiles en apoyo al candidato (Foto tomada de: Facebook Emilio Serrano, 2015)

4.9 Estrategia política

La estrategia política son aquellas tácticas utilizadas para lograr un fin común determinado. En este caso se aplica a lo que es la campaña electoral en la cual se pretende que un candidato gane la contienda; para ello son importantes varios aspectos a tomar en cuenta:

- a) Los propósitos del proyecto en sí, ideas claras realizables.
- b) Contar con los recursos humanos y económicos necesarios o suficientes.

- c) Tener a un aspirante que cuente con las características necesarias para el cargo, que pueda ser utilizado como la imagen principal del proyecto; en el que se le asignen diferentes cualidades resaltables que el ciudadano pueda admirar.
- d) Organizar a la gente con la cual se va a trabajar y procurar que entiendan que se posee el mismo objetivo, que estén comprometidos con la campaña para laborar como equipo.
- e) Distribuir el trabajo mediante el establecimiento de una estructura jerárquica, de modo que quede claro el papel que va a realizar cada miembro; escoger miembros responsables y capaces para liderar y guiar a los demás para mayor eficacia.
- f) Hacer un sondeo del público a quien va a ir dirigido el proyecto, es decir, buscar la forma de transmitir el mensaje a la gente y convencerla de que es la mejor opción.
- g) Contar con un eslogan, una buena idea que defina y converja los valores de la campaña, con el fin de que sea fácil de recordar y crear un proceso de identificación con los ciudadanos.
- h) Elaborar un discurso en el cual se incluyan todos los aspectos relevantes, los problemas principales y las soluciones posibles, objetivos a realizar en caso de ganar y los medios a través de los cuales se llevarán a cabo; de forma clara y concisa.

Estos son los puntos, que por medio de la experiencia obtenida en campo, considero importantes y necesarias para estructurar una campaña electoral.

La parte fuerte e importante de la campaña estudiada fue la imagen del candidato, sus cualidades y sobre todo su labor social en la delegación. Estaba enfocada desde diferentes aspectos a ello, el discurso, los panfletos, su equipo de campaña y la gente externa que lo apoyó sólo hablaban de lo que había estado haciendo durante varios años en pro del bienestar de los iztocalquenses.

4.9.1 Labores comunitarias y *personalización política*

A continuación se hará un recuento del aspecto principal utilizado durante la campaña del candidato Emilio Serrano a delegado de Iztacalco. Para empezar tenemos la cuestión de las asociaciones civiles, de las cuales hacía mención en toda ocasión para recordarle a la gente de las asesorías, gestiones, eventos y apoyos que realizó y beneficiaron a los iztocalquenses; decía que toda esa labor comunitaria es para mostrar el interés y compromiso que tiene con el bienestar y desarrollo de la demarcación, aún sin ser delegado había podido ayudar tanto a las personas, ¿qué es lo que podría lograr si llegaba a serlo? Utilizaría los recursos públicos para que dicha asociación siguiera cumpliendo con sus objetivos y ampliar el alcance de ella, basándose en todos los beneficios aportados y sobre todo en su trayectoria como político y los testigos quienes formaron parte de ello, aseguraba el cumplimiento de su palabra una vez en el poder; la gente confiaba en su trabajo ya que

lo habían constatado y estaban seguros de que era un ciudadano comprometido y honesto. No cabe duda que las:

“labores comunitarias” con fines políticos se han convertido en un dispositivo para efectuar campañas políticas fuera de los tiempos electorales, pues la intervención de estas organizaciones en el espacio público se puede capitalizar para apuntalar votos en las elecciones internas de los partidos para seleccionar a los candidatos a un puesto de elección popular, así como para ir tejiendo posibles redes de apoyo en las colonias para ser utilizadas en las “campañas a pie”; es decir, cuando los candidatos recorren una colonia y hacen proselitismo político sección por sección. (Rodríguez, 2012: 36)

Lo que le permite realizar una campaña en época no electoral lo que le da la ventaja, pues no solo está ganándose el apoyo de la gente sino que también se gana el apoyo de su partido para obtener una candidatura.

La estrategia que utilizó durante la campaña fue seguir con dichos eventos, a través del CIVI, para no incurrir en la compra de votos de manera evidente; para niños y madres a fin de ofrecerles actividades, comida y modestos obsequios. Aunque no atraían a mucha gente y por no ser presentados como parte del PRI-PVM no generaban que todos los asistentes decidieran votar por el candidato, ya que no lo relacionaban de manera directa a él.

La personalización política es una estrategia que se ha utilizado mucho, en la cual se pretende resaltar la imagen del político y crear un imaginario, a través de ella el candidato se convierte en la imagen principal del proyecto político, se exaltan las características personales que posee, el cual debe saber cómo hacer política, a partir del entendimiento del pueblo a quien va a gobernar, tener buenas propuestas, saber representar a los ciudadanos y resolver los problemas y conflictos que se le presentan, demostrar que tiene esas capacidades le da confianza a la ciudadanía de elegirlo como su representante:

Cuando hablamos de la imagen personal de un político, debemos tener en cuenta que estamos ante un personaje que despierta un interés social y, por ello, cuenta con una imagen pública. El concepto de imagen pública es clave para entender la comunicación entre las instituciones, países, personajes, etc., que intentan hacerse con una imagen ante los ciudadanos. En este contexto, tener una imagen es de gran importancia, ya que de esto depende la aceptación por parte de los otros y de la comunicación dentro y fuera del sistema. La imagen pública equivale, por tanto, a la opinión y consideración general de los otros. (Orejuela, 2009: 62-63)

Todo el trabajo que se lleva realizando a través de estas asociaciones, el C.I.V.I y la Revolución Blanca son una base para resaltar la imagen personal de Emilio Es importante el presentar una imagen pública idealizada de lo que la gente quiere y espera ver en un político, por ello siempre se le adjudican los logros que obtienen como organización civil, ya que ello representa la aceptación de la gente. De igual modo, es importante identificarse con ellos por medio de hacer visible, en cierto modo, su vida privada; más que nada con lo referente a los valores éticos y morales: ser honesto, responsable, humilde, trabajador; lo cual se puede ver en los aspectos sociales que se toman a consideración como lo es si está casado y con una familia, ya que se considera que quienes lo están es porque han decidido asentarse y convertirse en alguien que adquiere y acepta la responsabilidad. Hay personas para quienes esto es importante y por lo tanto lo ven como un requisito, pues la soltería o las relaciones fallidas a una edad mayor se perciben como la incapacidad de la persona de comprometerse y asumir lo que ello conlleva.

Emilio habló varias veces sobre su vida personal, afirmando que estaba casado con la señora María del Carmen, a quien desde muy joven conoció y con la cual se juntó, tuvo a sus 4 hijas y; a pesar de salir victorioso en la contienda seguiría con ellas, porque solía decir que existían políticos que una vez ganaban la elección cambiaban de familia. Aseguraba que era la única mujer para él y que vivían en la misma casa desde que se habían establecido en la colonia, esto con la finalidad de demostrar el compromiso que llevaba por años y que los asistentes a las reuniones tuvieran una imagen más humana sobre él y su vida; así mismo señalar el tiempo que tenía viviendo dentro de la colonia Agrícola Oriental les permitía ver que era consciente del entorno que compartían, que conocía y comprendía los problemas y en general la situación dentro de la delegación.

Otro aspecto que resaltaba era su capacidad para proponer leyes y acciones a realizar para el bienestar común, más que nada por el hecho de haber sido diputado federal años antes y ser cuestionado sobre lo que logró con ese cargo, así que en varias reuniones dijo que propuso la pensión universal a adultos mayores (la cual se le adjudica al actual presidente de México, Andrés Manuel López Obrador) pero a razón de algunas situaciones él le cedió el derecho a apropiarse de ella y por eso no se le reconoce a él. Sobre las propuestas que exponía en sus panfletos no tenían gran relevancia en cuanto a ser novedosas, ya que comparándolas con las de Armando Quintero su contrincante de Movimiento Ciudadano, eran muy similares y enfocadas en los mismos temas.

Sin embargo, tenía la habilidad de hablar sobre los asuntos y hacer un análisis en el que explicaba cuál era el problema y la manera en la que podía resolverse; estaba dispuesto a escuchar a los habitantes acerca de sus preocupaciones y en algunos asuntos aclaraba que no podía hacer nada ni siendo delegado porque eso no les correspondía a ellos. Sobre asesorías legales contaba con un

grupo de abogados a quienes ofrecía a la gente para guiarlos en el proceso debido y explicarles sus derechos ante las autoridades, en cuestiones relacionadas al cobro excesivo de luz, o el proceso para solicitar algún servicio a la delegación; en cuanto a la poda de árboles él se comprometía a mandar a su equipo del CIVI para hacerlo ellos mismos (en un par de ocasiones fue él mismo para supervisar el trabajo), de modo que le ahorran el trámite en la delegación, gracias a esto la gente se sentía atendida y agradecía que diera una pronta solución a sus problemas y aseguraban su apoyo en las urnas.

4.9.2 El fantasma del PRI

En base a los datos recabados en el trabajo de campo, pude constatar que el PRI buscó a Emilio Serrano y le ofreció la candidatura a Jefe Delegacional de Iztacalco; las razones para ello fueron:

- a) Por su trayectoria política.
- b) Por haber contendido y ganado el puesto de diputado federal años antes.
- c) Porque era el líder del CIVI y por medio de las actividades realizadas era conocido por los habitantes.
- d) Porque al ser popular aseguraba una cantidad de votos en las elecciones.

Por su parte, Emilio alguna vez habló sobre sus razones para contender, él ya no estaba interesado en hacerlo pero al parecer por consejo de alguien cercano quien le dijo que en las elecciones pasadas había obtenido un considerable porcentaje y que era casi seguro que ganaría si se postulaba, así que lo convenció de aceptar la candidatura del PRI; aunque no creo que haya sido la única razón, puesto que viendo su trayectoria es notable el hecho de que le gusta moverse en el campo de la política y tiene intenciones de ascender de posición e influir en cambios políticos y sociales.

Ser candidato del PRI tiene mucho peso, debido a que es un partido con antigüedad en el país y por ello es muy conocido en todo el territorio mexicano, posee conexiones, un prestigio (para bien o para mal), muchos militantes y seguidores; lo que representa una ventaja frente a otros partidos que no han sido del todo bien recibidos en el país. El problema es que ese partido ha perdido muchos votantes en la CDMX, particularmente Iztacalco es una delegación perredista (hasta ese entonces); pues todos los jefes delegacionales han sido del PRD. Así que lograr una ventaja sobre el PRD implica un trabajo arduo y se logra por medio de exhibir sus debilidades, la mala administración y casos de corrupción durante la administración de dicho partido, asociar todos los problemas ilegales que ha tenido, de esa manera construir una campaña de desprestigio y así lograr que la gente les retire su apoyo. Así mismo, ofrecer una mejor opción por parte del PRI ante tales casos, solucionar los problemas y emplear recursos para desprestigiar su campaña, asociando todos los problemas sin

resolver que se viven en la demarcación a la mala administración y la falta de trabajo por parte de las autoridades.

A nivel nacional el PRI es conocido por su mala administración, los casos de corrupción, desvío de recursos y el enriquecimiento ilícito de los gobernantes de ese partido aunado a la falta de justicia que reciben dichos gobernantes por parte de las autoridades y que el partido no tome represalias en su contra, encubra todas esas irregularidades y les otorgue apoyo. Un caso importante relativamente reciente es el de las elecciones presidenciales de 2012 se vieron envueltas en controversia, pues hubo acusaciones de compra de votos, así como fraude electoral por parte del candidato Enrique Peña Nieto del PRI, quien ganó las elecciones por apenas una diferencia del %6, pero con el estigma de hacerlo ilegítimamente, con varias irregularidades en el proceso.

Durante la gestión de este presidente hubo varios escándalos por su falta de preparación y profesionalismo ante el cargo que representaba, así como de ser acusado de formar parte de un espectáculo producido por los entes detrás del poder, para manipular a la población y hacer legislaciones que favorecían a empresas privadas y extranjeras que perjudicaban los intereses de los mexicanos. En el norte del país es donde persiste el apoyo al PRI, quien sigue teniendo la preferencia electoral, en los estados gobernados por este partido es donde se dieron casos de corrupción y mala administración, así como el desvío de recursos económicos por parte de los gobernadores; muchos de los cuales no han sido procesados y sentenciados por sus delitos. Todo esto provocó que la población estuviera inconforme con el gobierno priísta y decidieran apoyar a la oposición.

En la campaña de Emilio Serrano se podía notar el rechazo de mucha gente hacia el PRI y el PVM, pues al ver al candidato solían preguntar a qué partido pertenecía y al oír la respuesta mostraban su inconformidad por la administración general que había estado manejando en ese entonces, incluso le cuestionaban el porqué de su salida del PRD y ante ello el candidato se defendía diciendo que ya se había llenado de corrupción. Obviamente el nuevo partido por el que contendía (PRI) no se escapaba de dicha acusación por lo que evadía el tema diciendo: “no compito por un partido sino por la gente” y “no deben votar por el partido sino por la persona”, a lo cual algunos le contestaban que estaba mal, otros se quedaban pensando sobre ello. Así mismo, le comentaban que si se encontraba en el PRI-PVM es porque era como ellos, asociaban a Emilio con las características negativas del partido, pues si se había unido a estos era porque compartía una ideología política. El contexto político y social en el que se llevaron a cabo las elecciones afectó de manera importante la contienda.

5. CONCLUSIONES

Para finalizar explicaré qué fue lo que pasó el día de las votaciones, los resultados obtenidos y las reacciones por parte de campaña del PRI-PVM, haré un análisis sobre ello y lo que sucedió después con su candidato. Por último las conclusiones a las que he llegado a través de toda esta investigación.

5.1 Resultados de las elecciones

La recta final estaba a unos días y como todo tiene un inicio también un final, para el cierre de campaña se organizó el evento en la explanada de la delegación Iztacalco, a la que asistieron alrededor de 800 personas, de las cuales la mayoría había estado en las reuniones durante la campaña o eran familiares de los miembros de equipo. El discurso fue optimista sobre los resultados, pero existía cierta preocupación por la compra de votos y el acarreo por parte del PRD, pues aseguraban que no dejarían el poder tan fácilmente. A pesar de ello, los candidatos a los diferentes puestos mostraban confianza, debían hacerlo si querían que su propio equipo y seguidores creyeran en que tenían oportunidad de ganar.

Después del cierre de campaña comenzaron los comentarios de desánimo entre miembros del equipo, mis contactos dentro de la campaña me preguntaban qué tan seguro era que ganaran y aunque les daba ánimos ni yo misma sabía que iba a suceder en las urnas. Comenzaron a comentar que ya no creían que pudieran ganar, pues estaban seguros que el PRD usaría cualquier artimaña para robarse la contienda. A unos cuantos días de las elecciones me encontré con mi informante quien me comentó que el candidato, ante la idea de que no ganarían, se reunió con su contrincante de Movimiento Ciudadano (MC), Armando Quintero, para pedirle que declinara a su favor pero éste le contestó que estaba por 6 puntos a la cabeza en las “encuestas” y que tenía por seguro que ganaría. El hecho de que se reuniera con ellos significaba que ya tenían una idea del resultado que les esperaba en las elecciones y buscaban un modo de ganar pues los votos no les serían suficientes. Ante el rechazo por parte del partido MC, Emilio se reunió con el candidato de MORENA para hacerle la misma proposición pero éste también se negó a declinar en su favor con la confianza de que ganarían limpiamente las elecciones, debido a la negativa de ambos partidos no le quedó de otra que esperar el resultado el día de las elecciones.

El día de las elecciones llegó y el ánimo no faltaba en la casa de campaña del PRI, además mandaban a personas a checar cómo se desarrollaban las votaciones en varias casillas de la delegación y estaban en contacto con sus representantes de partido. Los abogados permanecían al pendiente por si recibían llamadas denunciando la compra de votos o que existieran irregularidades en las urnas. Aquel día hubo varios problemas en toda la delegación con respecto a las casillas, en

donde afuera de ellas se reportaron a hombres pidiéndoles a los que salían de votar sus nombres y luego les entregaban una suma de dinero, en otras se reportaron agresiones con arma de fuego y el acarreo de votantes; todo esto por parte de perredistas que trabajaban para la delegación. La campaña del PRI recibió varias denuncias de diferentes puntos de la demarcación gracias a sus simpatizantes, lo que les pedían los abogados era que grabaran o sacaran fotos para tener pruebas suficientes y así las denuncias procedieran; de lo contrario no se podía meter la demanda y no serviría de nada hacer dichas acusaciones. La finalidad de esto era anular las casillas que fueran denunciadas con irregularidades y así evitar que el PRD ganara ilícitamente, pues ya se esperaba que se llevaran a cabo éstas actividades por parte de la delegación, varias personas fueron detenidas y presentadas ante las autoridades, gracias a las denuncias de la gente.

Las elecciones terminaron y sorprendentemente el partido MORENA se llevó la mayoría de los votos, a poco tiempo de hacer el recuento de las casillas se postulaba como posible ganador, lo que impactó a muchos, pues al ser un partido de nueva creación no se esperaba que tuviera tanto apoyo por parte de la ciudadanía. Pero después de acabar el conteo de votos, el PRD se proclamaba vencedor de la contienda electoral, quedando MORENA en segundo por una mínima diferencia y en tercer lugar la coalición PRI-PVM, como se puede ver en la siguiente gráfica.

Votos por fuerzas políticas

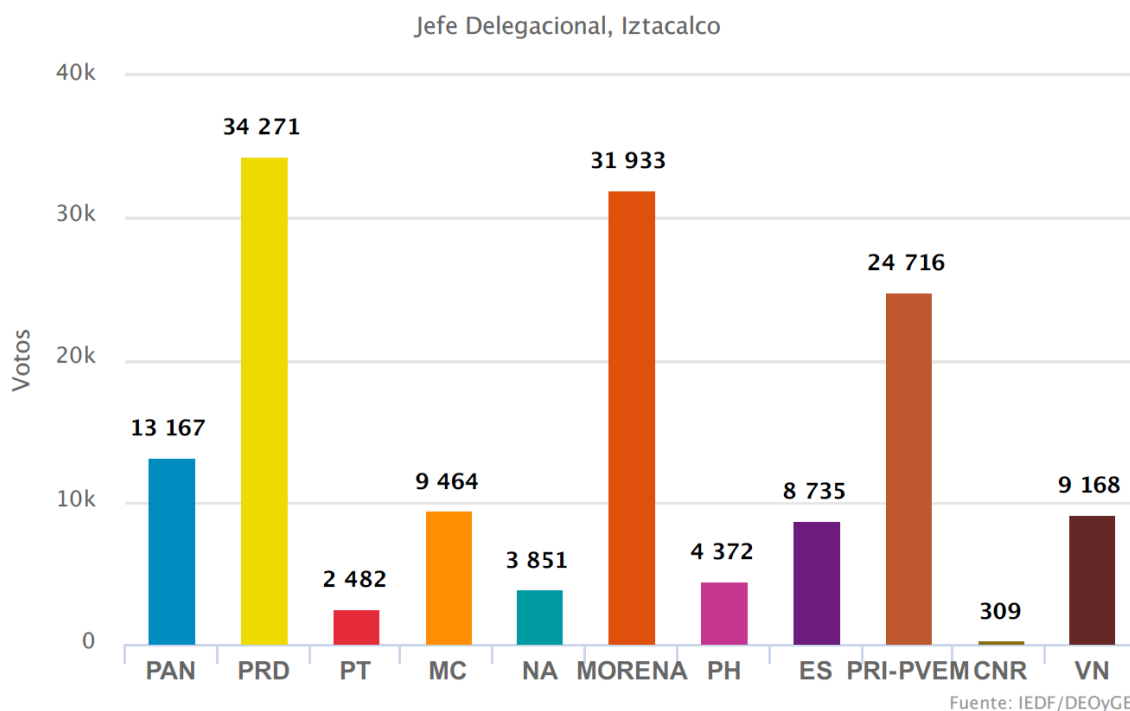


Tabla 2. Votos por fuerzas políticas. Jefe Delegacional, Iztacalco (IEDF/DEOyGE, 2015)

El equipo de Emilio se dijo muy sorprendido ante el apoyo que recibió MORENA, pues nunca lo consideraron un rival a tener en cuenta y con suma razón, ya que por lo regular los partidos de nueva creación no obtienen buenos resultados en sus primeras elecciones. El partido estuvo en los primeros puestos en todas las alcaldías de la CDMX, lo cual no se esperaba.

En los planes de la campaña que seguí sólo estaba el derrotar al PRD y dejaron a un lado a los demás contrincantes, no les prestaron la debida atención y ello resultó en grandes sorpresas.

A pesar de que en repetidas ocasiones se mencionó que en la delegación había un hartazgo por parte de la gente sobre los excesos y corrupción por parte de la administración del PRD, no se vio reflejado en los votos en las urnas.

Cabe mencionar que después del conteo de votos y ante el inminente triunfo del PRD en Iztacalco, MORENA impugnó las elecciones alegando fraude por parte de éste. Realizaron una marcha para exigirle al IEDF que esclareciera las elecciones, pues alegaban que ellos habían ganado y les robaron el triunfo; se había mencionado que algunos de los candidatos de otros partidos apoyarían la demanda de MORENA. Sin embargo, no se vio apoyo por parte de ninguno, a la marcha acudieron alrededor de 70 personas en apoyo a la demanda presentada por el partido. La marcha pasó cerca de la casa de campaña del PRI-PVM, donde pude platicar con uno de mis informantes, el cual comentó que Emilio no apoyaría la demanda debido a la situación que mencioné anteriormente, cuando él acudió con los candidatos de MORENA y Movimiento Ciudadano para que declinaran a su favor y lo rechazaron.

Si hubo fraude o no el hecho es que durante las elecciones ocurrieron irregularidades y violaciones a la ley por parte de perredistas, las cuales fueron denunciadas en el IEDF; con todo y la impugnación el nuevo delegado fue Carlos Estrada del partido PRD. Después de haber perdido las elecciones Emilio se reunió con el ganador, con quien acordó algunos lugares en la delegación para su gente.⁴¹ Durante su discurso, Emilio aseguraba que era importante derrocar al actual gobierno corrupto por el bienestar de la delegación Iztacalco. Pero después de saber que se negociaron plazas dentro de la delegación solo queda claro una cosa: que lo importante es ganar aunque se pierda.

5.2 Después de la campaña

En los últimos días de la campaña el candidato solía hablar sobre sus planes, en las reuniones vecinales, de lo que haría en caso de no ganar las elecciones (dando por hecho que quien las ganaría sería el PRD); para él no sería nada agradable que siguiera en el poder “la pareja imperial”, como solían referirse a la delegada y a su esposo; a razón de que él no podría ver lo que sería de la

⁴¹ Esta información fue obtenida de manera confidencial con uno de los integrantes del equipo de Emilio, mi informante principal.

demarcación si continuaban gobernando como hasta ahora, así que se iría a vivir a otro lado donde tenía una propiedad. Lo que pude comprobar que no sucedió, puesto que Emilio Serrano siguió al mando del C.I.V.I realizando labores sociales, incluso se integró al equipo de Somos Más (una iniciativa ciudadana a través de la cual se pretende conseguir un gobierno sin privilegios). En ambas asociaciones se ha mantenido muy activo por varios años, pero lo que se destaca es que sigue siendo su imagen personal lo principal que se exalta en las publicaciones de sus eventos y en las fotos que sube a través de sus redes sociales.

Por medio del C.I.V.I sigue realizando gestiones y bajando programas sociales para los iztaccalquenses, así como eventos por el día de la madre y del niño, en los que ofrecen un espectáculo y obsequia juguetes y electrodomésticos; de igual forma realiza posadas y excursiones.

Por su parte en Somos Más lleva iniciativas a la cámara de legisladores para que se tome en cuenta las peticiones de la ciudadanía en asuntos que tienen que ver con los privilegios de los cuales gozan los políticos, ha dado entrevistas y aparecido en medios de comunicación informando de la inconformidad de la gente y las propuestas que ofrecen.

Como se ha podido observar a lo largo de esta investigación los ciudadanos forman organizaciones civiles ante la incapacidad por parte del gobierno y los políticos para solucionar la problemática social, de éste modo se obtiene la participación de la ciudadanía lo que permite una mayor organización y poder. Por medio de lo cual inciden en la toma de decisiones sobre el destino de los recursos públicos, obras y creación de programas sociales. Los líderes de éstas obtienen poder a través del mando que ejercen y al mismo tiempo se ganan la confianza y el apoyo de las personas gracias al trabajo y labor social que realizan en pro del bienestar común; de modo que consideran la posibilidad de incorporarse en la política, para servir como intermediarios entre el estado y la ciudadanía.

Los partidos políticos ven en las organizaciones ciudadanas una forma de hacer política, proponen a los líderes afiliarse a su partido y ofrecerles una candidatura en base al apoyo que tienen de la gente, ya que facilitan el trabajo durante los procesos electorales, se ahorran recursos al no necesitar crear una estrategia de campaña en la que se tenga que empezar desde cero a dar a conocer al candidato entre los ciudadanos en toda la localidad y trabajar sobre su imagen personal, para ganar la confianza y apoyo; es decir, se simplifica el proceso y se ahorra tiempo, al no tener que enfocarse en convencer a la gente. Razón por la cual buscan que el líder de la asociación posea ciertas características y una trayectoria loable que le permitan desempeñar el papel, pero lo más importante son las bases con las que cuente y de ese modo asegurar votos en las urnas.

Como referí a lo largo de esta investigación Emilio Serrano fundó el CIVI y desde entonces ha sido su líder, ha logrado hacer que su asociación crezca con años de trabajo, siempre ha mencionado que su compromiso es con los iztactalquenses, un mejor futuro para la demarcación y para ello ha puesto su grano de arena. Su equipo de trabajo lo apoya y respalda, llevan años trabajando con él e incluso hay quienes están a su lado desde sus inicios. Gracias a su trabajo ha ganado la confianza de la gente, pues les ha demostrado el apoyo y compromiso que tiene por ayudarlos; ha obtenido lo mismo de regreso. Durante la campaña la gente que lo reconocía se acercaba a él para agradecerle por haberles ayudado y llevado eventos en los que les permitió pasar un rato agradable y les obsequio alguna cosa. Mencionó que desde muy joven se interesó por la política y en ayudar al pueblo, de modo que poco a poco se fue insertando en el terreno político, se afilió al PRD y contendió por este partido y ganó, después dejó el partido porque, según sus propias palabras, se había llenado de corruptos. Había optado por permanecer al margen de lo político hasta que el PRI-PVM lo buscó para ofrecerle la candidatura para jefe delegacional, esto basado en las elecciones pasadas en las que obtuvo un porcentaje aceptable de votos que demostraba que tenía el apoyo de la gente en la demarcación. Al no ser la primera vez que hacía campaña en la demarcación era más fácil que la gente lo recordara y esto facilitaba la campaña, reducía gastos y tiempo. El pertenecer a una asociación civil en la cual ya cuenta con un personal de confianza y que lo apoyan les ahorra el tener que preparar un equipo para él, poseen un lugar desde el cual organizar a los miembros y al conocerse entre ellos agiliza la labor.

Para finalizar queda enfatizar que hacer proselitismo de esta manera es una práctica cada vez más común y certera en el país, ya que ha tenido éxito en muchos casos por las razones antes mencionadas. La estrategia estriba en el hecho de trabajar desde la comunidad y para ella, de ese modo el apoyo logrará ser mayor; pero igualmente requiere mucho tiempo para lograr ser exitosa. Sin embargo, no es mi intención subestimar el apoyo y la labor social de quienes consolidan una organización social con fines políticos, pues así como hay quienes su única intención es beneficiarse por medio de éstas, hay quienes tienen por razón ayudar a su comunidad y al desarrollo de ésta, por el bien común, el afecto a sus semejantes y a su nación, que luchan por un mejor país a través de ello.

6. BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía de Iztacalco <http://www.iztacalco.df.gob.mx/portal/*> [16 de noviembre de 2015]

Álvarez, Lucía (2008), “Institucionalidad y autonomía de la participación ciudadana en Ciudad de México. Alcances y desafíos”, en *Controversia*, no. 191, Bogotá, Colombia, pp. 106-139.

Álvarez, Lucía (2012), “La participación ciudadana no institucionalizada: los déficits institucionales y la cultura política”, en *XVII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública*, Cartagena, Colombia. pp. 1-25.

Combes, Helene (2011), “Dónde estamos con el estudio del clientelismo”, en *Desacatos*, núm. 36, CIESAS, México, pp.13-32.

Diccionario enciclopédico, Larousse (1994)

Instituto Electoral del Distrito Federal (IEDF)

<http://www.iedf.org.mx/index.php/elecciones/organizacion-electoral-00/149-etapas-del-proceso-electoral/1250-etapas-del-proceso-electoral*> [23 de noviembre de 2017]

Instituto Nacional Electoral (INE)

<http://portalanterior.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/Informacion_de_los_Partidos_Politicos/> [16 de noviembre de 2015]

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)

<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/cem08/estatal/df/m006/default.htm*i> [17 de agosto de 2017]

Ley General de Partidos Públicos (2014), en *Diario Oficial de la Federación*.

<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGPP_130815.pdf> [25 de marzo de 2018]

Montiel, Carmen (2015), “Delegada puso en nómina a papás, marido y 4 cuñados”, en *El Financiero*, 30 de enero de 2015

<<http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/delegada-puso-en-nomina-a-papas-marido-y-cunados.html>>

[15 de octubre de 2017].

Orejuela, Sandra (2009), “Personalización política: la imagen del político como estrategia electoral”, en *Revista de Comunicación*, núm. 8.

<<http://udep.edu.pe/comunicacion/rcom/pdf/2009/Art060-83.pdf> > [23 de noviembre de 2017]

Oszlak, Oscar (1999), “Los límites del discurso político”, en Jorge Etkin, *Metáfora y doble discurso político. Los juego del lenguaje en las prácticas de poder*, Editorial EUDEBA, Buenos Aires, 252 pp.

<<http://www.oscaroszlak.org.ar/images/articulos-prensa/Los%20limites%20del%20discurso%20politico.pdf>> [12 de enero de 2018]

Pérez Trejo, Sergio (2014), “Rinde Elizabeth Mateos Primer Informe de Gobierno en Iztacalco”, en *El Sol de México*, 26 de enero de 2014

<<http://www.oem.com.mx/elsoldemexico/notas/n3270395.htm>> [19 de septiembre de 2017].

Rodríguez, Emanuel (2012), “Participación ciudadana y redes de poder”, en *Ciudades*, núm.96, RNIU, Puebla, México, pp. 32-37.

Tejera Gaona Héctor (2003), *No se olvide de nosotros cuando esté allá arriba. Cultura, ciudadanos y compañías políticas en la Ciudad de México*, Porrúa, México, 368 pp.

Tejera Gaona, Héctor (2004), “Simbolismo y ritual en la política mexicana”, en *Alteridades*, vol. 14, núm. 28, Departamento de Antropología, UAM-I, México, pp. 151-155.

Tejera Gaona, Héctor (2006), “Cultura ciudadana, gobiernos locales y partidos políticos en México”, en *Sociológica*, año 21, núm. 61, Departamento de Sociología, UAM-A, México, pp. 41-70.

Tejera Gaona, Héctor (2009), “Prácticas políticas, imaginarios y ciudadanía: las disonancias entre cultura y democracia en la ciudad de México”, *Revista Mexicana de Sociología* 71, núm.2, pp. 247-285.

Tejera, Gaona Héctor, Castro, Pablo y Rodríguez, Emanuel (2014), *Continuidades, rupturas y regresiones. Contradicciones y paradojas de la democracia mexicana*, UAM-I, Juan Pablos Editor, México, 452 pp.

Torres, Raúl (2016), “Layín, alcalde que robó poquito, va para gobernador” en *El Universal*, 16 de octubre de 2016

<<http://www.eluniversal.com.mx/articulo/estados/2016/10/16/layin-alcalde-que-robo-poquito-va-para-gobernador>> [24 de septiembre de 2017].

Torres-Ruíz, René (2017), “El voto en México: ayer y hoy”, en *Espacios públicos*, vol. 20, núm. 48, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UAEM, Toluca, México, pp.27-44.

Urrutia, Alonso (2014), “Se desploma la credibilidad del Ejecutivo, la policía y las autoridades electorales”, en *La Jornada*, lunes 28 de abril de 2014

<<http://www.jornada.com.mx/2014/04/28/politica/016n1pol>> [23 de julio de 2017].

<<https://es.wikipedia.org/wiki/Iztacalco>>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Instituto_Federal_Electoral>

<<https://www.wordreference.com/>>

*Actualmente las páginas ya no se encuentran disponibles, esto debido a que el sitio web se ha cambiado de Distrito Federal a Ciudad de México y de delegaciones a alcaldías.