



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Cultura política: una etnografía de la campaña a la gubernatura del

Estado de México de la Coalición PRD-PTen 1999.

Trabajo Terminal

que para acreditar las unidades de enseñanza aprendizaje de

Seminario de Investigación e Investigación de Campo

y obtener el título de

LICENCIADA EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

presenta

Yeimy Zarco Reyna

Comité de Investigación

Director: Dr. Héctor Tejera Gaona

Asesores: Mtro. Alfredo Navarro Magdaleno

Mtro. Federico Besserer Alatorre

México, D.F.

Marzo, 2001

Matrícula: 96332115

INDICE

<u>INTRODUCCIÓN</u>	4
<u>DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE CULTURA POLITICA</u>	6
<u>MÉTODOS DE RECOLECCIÓN Y EMPLEO DE DATOS</u>	9
<u>ORGANIZACIÓN DE CAPITULOS</u>	11
<u>CAPÍTULO I. EL CONTEXTO</u>	14
1. El panorama político	17
<u>CAPÍTULO II. EL MITIN</u>	21
1. <u>INTRODUCCIÓN</u>	21
2. <u>Un día en la campaña política</u>	22
3. <u>La importancia del mitin</u>	30
4. <u>"Todo se volvió posible"</u>	37
5. <u>¿Asociación o disociación?: la relación entre candidato y ciudadano durante el acto discursivo</u>	42
6. <u>Conclusiones</u>	52
<u>CAPITULO III. GRADOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA</u>	55
1. <u>INTRODUCCIÓN</u>	55
2. <u>El simpatizante por parentesco</u>	56
3. <u>El simpatizante por adhesión provisoria</u>	61
4. <u>El militante</u>	66
5. <u>El indiferente</u>	67
6. <u>Algunos elementos para reflexionar la cultura política de los ciudadanos y del partido político: la aparición en escena de los medios electrónicos</u>	72
7. <u>Conclusiones</u>	74
<u>CAPÍTULO IV. EL COMITÉ DE BASE</u>	77
1. <u>INTRODUCCIÓN</u>	77
2. <u>Primera fase: menor actividad</u>	78
3. <u>Segunda fase: mayor actividad</u>	81
A. <u>Conformación de las Brigadas del Sol</u>	81

<u>B. Organización social del comité de base durante ésta segunda fase</u>	85
<u>C. Practicas clientelares en el comité de base</u>	94
<u>D. De los preparativos hasta el día de las elecciones</u>	98
<u>E. El panorama electoral en la zona oriente</u>	102
<u>4. Conclusiones</u>	105
REFLEXIONES FINALES	107
<u>BIBLIOGRAFIA</u>	115

AGRADECIMIENTOS

En la formación personal e intelectual de todo individuo influyen una gran cantidad de personas, pero sólo se recuerdan con mayor fuerza aquellas que dejaron algo positivo en uno y en menor grado aquellos que incidieron de manera negativa pero que de una u otra manera hacen que el espíritu se llene de coraje.

Debo expresar mi agradecimiento principalmente a las diversas personas de ciudad Nezahualcóyotl y de Texcoco que me facilitaron el camino y me proporcionaron los medios para realizar el trabajo de campo de este trabajo de investigación.

Agradezco igualmente a mis padres Adrian y Rosario que con sus frases alentadoras y sus sabios consejos, además del apoyo económico y moral me han facilitado el camino para llegar hasta esta etapa de mi vida. A mis tres hermanos y a mi sobrino quienes siempre me han escuchado y acompañado en cada momento significativo de mi vida.

La conclusión de este trabajo corresponde en realidad al doctor Héctor Tejera Gaona a quien agradezco su apoyo moral e intelectual, su buena voluntad y paciencia; que con sus comentarios acertados y críticos contribuyo desde el inicio hasta el final del trabajo en el razonamiento y enfoque del mismo. Me mantengo en deuda con él

Por la ayuda de todos aquellos profesores que han aportado comentarios, criticas e ideas y que me han guiado a lo largo de mi formación académica en esta institución que es la Universidad Autónoma Metropolitana - Iztapalapa.

A los profesores Alfredo Navarro y Antonio Murga por sus valiosos comentarios y su visión objetiva sobre la realidad.

Finalmente, quiero agradecer a Diana y Verónica Macho y Lizbeth por su sensibilidad y apoyo moral e intelectual que me han brindado incondicionalmente desde que las conozco.

INTRODUCCIÓN

Este es un trabajo de etnografía política que describe la relación que se creó entre los ciudadanos y un partido político (Partido de la Revolución Democrática) en coalición con una fuerza minoritaria (Partido del Trabajo) durante su campaña a la gubernatura en el estado de México en 1999.

El proceso electoral es un fenómeno en sí mismo, es decir, es un fenómeno muy amplio que abarca la formación y acción de los grupos del partido político, del mismo partido, de los ciudadanos, el desarrollo de la campaña, las agrupaciones u organizaciones sociales afiliadas al partido, hasta las mismas elecciones.

Por lo que al ser concebido el proceso electoral como un fenómeno muy amplio es preciso determinar nuestro objetivo. El objetivo de este trabajo es indagar uno de los temas de discusión central que plantea una gran diversidad de problemas actuales: la cultura política de los partidos políticos y de los ciudadanos. Tratamos de responder desde una perspectiva antropológica a preguntas tales como: ¿qué tipo de consideraciones hace el ciudadano antes de elegir a un candidato del partido político? ¿cómo se organizan social y políticamente el partido y el ciudadano? ¿de qué manera se conciben los actores políticos y sociales ante los comicios? ¿cuál es la relación que se expresa entre candidato y ciudadano? ¿cuáles son las razones que mueven al ciudadano a participar en el ámbito de lo político? ¿cuáles son los principios básicos de acción que el partido emplea durante los comicios para convencer a los ciudadanos?; e incluso, ¿cuáles son las características de la cultura política mexicana?.

Hablar de un problema tan complejo nos obliga a profundizar en diversos razonamientos como lo es la heterogeneidad cultural que existe en el estado de México, es decir, existen una gran cantidad de individuos diversos que tienen diferentes intereses y si profundizamos más podemos observar que el cambio de los miembros de cada grupo es rápido (cambio de partido, de corriente o de organización política). Por lo tanto, no es fácil argumentar que el individuo forma parte de una masa fluida que está en constante movimiento.

Estas observaciones permiten mantener, la idea central de que existen diversos grados de participación política y que el individuo al aceptar y

manifestar su acuerdo o desacuerdo con un partido político, más bien responde a la percepción y representación que los actores (en su grado de participación) tienen del sistema político, de sus efectos, objetos, aproximación y capacidad de respuesta a los problemas más comunes del electorado.

Otro razonamiento gira en torno a la simpatía del ciudadano hacia un partido político que reviste muchas formas y grados de compromiso hacia esta institución política. Así mismo en la experiencia ordinaria, dentro del contexto de la campaña política, el actor social es bombardeado por diversas ofertas políticas lo que nos da razones suficientes para hablar de una sensibilidad del electorado que se expresa y se manifiesta en función de una cultura política nacional a través de un conjunto de valores, de actitudes y de expectativas sobre el sistema político.

Por lo tanto, la relación que se establece en el marco de los regímenes políticos entre una o varias entidades partidarias con la ciudadanía hacen y expresan de una manera efectiva la idea de lo que debería de ser uno frente al otro, es decir, la concepción que tiene el ciudadano del candidato en el papel como ciudadano y lo que espera que él le resuelva. En este contexto, es a través de las relaciones cuando ubicamos al otro (s) dentro de un grado de participación y comportamiento político, haciendo una valoración posterior del mismo.

La hipótesis que guía el presente trabajo de investigación consiste en que la cultura política de los mexiquenses no es homogénea, es decir, no hay líneas políticas específicas. Y ello establece un conjunto de patrones actitudinales que salen a la luz en la etapa electoral y que tienden a persistir en alguna forma y grado por un significativo período de tiempo, para después sufrir una transformación o un fortalecimiento dependiendo del tipo de acciones políticas que lleguen a poner en práctica los diferentes partidos políticos para el convencimiento del electorado.

Tomando como base el razonamiento que hacen Almond y Verba que "la relación entre estructura y cultura es interactiva" dichos patrones actitudinales no pueden explicarse sin hacer referencia a la experiencia histórica tanto de los ciudadanos como del partido y la relación que ha existido entre ambos y a las limitaciones y oportunidades estructurales contemporáneas.

Por lo anterior es importante diferenciar y destacar la importancia de una cultura política.

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE CULTURA POLITICA

Sin lugar a dudas, hablar de procesos electorales en el estado de México, es hablar de procesos políticos que se han desarrollado durante un espacio temporal que nos hace referencia a un comportamiento comicial y a una orientación normativa de un determinado grupo social.

En este trabajo, nuestra mira se encuentra enfocada en la necesidad de una conceptualización clara y específica de la cultura política que nos aproxime a un análisis de los actores políticos. El concepto como tal será escogido y retomado de acuerdo a los criterios y problemas que se presentan en cada terreno del presente trabajo y que de manera general nos permita reconocer y reflexionar sobre las relaciones y el comportamiento político de los individuos, sin descartar que, existen ciertos aspectos en su composición que no dejan de ser menos importantes.

El término de **cultura política** ha estado sujeto a debates en los últimos años, cruzando las fronteras disciplinarias; se ha tratado de desarrollar desde el campo de la antropología, la sociología, la psicología y la ciencia política haciéndolo portador de múltiples definiciones. Francisco Llera reconoce este problema y retoma el análisis de Dennis Kavanagh quien clasifica las definiciones de la cultura política en seis categorías o enfoques resaltando la aportación teórica y metodológica que hacen diversos autores; cada quien desde su campo de acción. De manera textual citamos: ¹

1. Las consideraciones psicológicas que subrayan la orientación individual hacia los objetos políticos. (Parsons y Shils, Almond y Verba)

¹ Dennis Kavanagh: *Political Science and Political Behaviour*, Allen & Unwin, London, 1983 (pág. 9). Citado por Francisco J. Llera, "Enfoques en el estudio de la cultura política", en *Cultura política: Enfoques teóricos y análisis empírico*. Valencia, Tirant lo blanch, 1997, pp. 42-43.

2. La concepción sociológica de tipo comprensivo, que incluye a la vez las orientaciones individuales y el comportamiento que implica orientaciones. (Geertz).
3. Las concepciones positivistas que definen la cultura en términos de valores y normas consensuales o dominantes generados en la sociedad. (Durkheim sobre *la solidaridad social*).
4. Las definiciones heurísticas que proporcionan constructos hipotéticos o tipos ideales para explicar fenómenos parciales, como, por ejemplo, las creencias o el comportamiento autoritario o cínico. (Weber, en *Economía y sociedad*, Daniel Bell, M. Lipset).
5. Las definiciones lingüísticas o antropológicas que consideran a la cultura como un discurso de significados para un grupo humano. (Peter Winch).
6. Finalmente, el cajón de sastre que identifica la cultura política con conceptos tales como cultura nacional, identidad política o ideología dominante (W. J. M. Mackenzie).

La discusión sobre la definición conceptual de cultura política y los autores que en ella se han debatido demuestran el problema del conflicto de paradigmas que ésta representa. Se requiere, por tanto, garantizar: 1) la consistencia de la definición como tal en términos de un paradigma específico y; 2) su eficacia en el campo de la investigación con capacidad explicativa en cuanto a los fenómenos culturales relacionados con la esfera política.

En este trabajo retomamos la propuesta teórica formulada por dos sociólogos norteamericanos: Gabriel Almond y Sydney Verba (1963) quienes aplicaron por primera vez el concepto de cultura política para analizar la relación entre el sistema social y el político. Además de explicar los procesos de modernización y secularización social asociados estrechamente al ámbito de lo político. G. Almond & Powell en "Cultura política" hacen una redefinición de la misma:

La cultura política es el patrón de actitudes individuales y de orientación con respecto a la política para los miembros de un sistema político. Es el aspecto subjetivo que subyace en la acción política y le otorga significado.²

² G. Almond & B. Powell, "Cultura Política" en *Política Comparada*, Bs. As., Paidós, 1975, p. 50

Ambos autores tratan de señalar que existe una relación entre un tipo de cultura que posee un grupo social con las estructuras y mecanismos institucionales. Hablan de la cultura política como un patrón de actitudes que hace referencia a una particular distribución de actitudes u orientaciones ciudadanas hacia los objetos políticos (se consideran como objeto político al sistema como tal, estructuras administrativas, estructuras titulares de roles y decisiones; por último, uno mismo como objeto). A partir de ello, Almond y Verba consideran tres dimensiones respecto a las orientaciones políticas que se establecen en relación con los distintos componentes del sistema político:

- 1.-Orientación cognitiva: que es la información con que se cuenta acerca del sistema político.
- 2.- Orientación afectiva: se refiere a un sentimiento de pertenencia, de compromiso.
- 3.- Orientación evaluativa: son las opiniones y juicios de valor sobre el sistema.

Como podemos observar, ambos autores en su definición de cultura política le imprimen un sentido objetivo y subjetivo, o mejor, psicocultural y conductual del individuo.

El enfoque de Almond y Verba trata de señalar que existe una relación entre un tipo de cultura que posee un grupo social con las estructuras y mecanismos institucionales. Hablan de patrones culturales en relación con la vida y estructura política.

Ahora bien, como hemos observado los autores toman en cuenta el hecho de que existe una heterogeneidad cultural que puede ser analizada bajo la previa distinción de estos "tres tipos de culturas políticas sistemáticamente mixtas", derivando y conformando a la cultura cívica.

La cultura política se encuentra intrínsecamente ligada con la cultura política, con base en ese enfoque. En ésta perspectiva, coincidimos con Héctor Tejera cuando define a la *cultura cívica* como:

... parte de la cultura política y la defino como: el conjunto de los principios y valores que sustentan los derechos y obligaciones derivados del consenso para vivir bajo un determinado régimen político.³

³ Tejera, Gaona Héctor. "Cultura política, poder y racionalidad". Rev. *Alteridades*, núm. 8 (16), 1998, México, p. 151.

Así, la cultura cívica se encuentra alheñada por un sentido motivacional de las actitudes políticas y de la conducta de los grupos e individuos.

Complementariamente, la cultura cívica o como también la conciben Almond y Verba "una cultura política mixta" porque consideran que :

... en la cultura cívica se combinan las orientaciones políticas de participación (los niveles: cognitivo, evaluativo y afectivo) con las de súbdito (existe un sentido de desinterés y un escaso sentido de la eficacia política) y las parroquiales (son aquellas personas que manifiestan poca o ninguna conciencia de los sistemas políticos nacionales), sin ocupar su lugar. Los individuos se convierten en participantes del proceso político, pero sin abandonar sus orientaciones de súbdito y parroquiales.⁴

Así, de esta manera, ellos describen al ciudadano de acuerdo a su actitud hacia el sistema político que comprende las nociones de los individuos con respecto a sí mismos como actores políticos.

De acuerdo a ésta breve exposición del término de cultura política, se considera la importancia de aspectos como el interés, la participación que existe dentro del sistema político, en especial en los procesos electorales, sin descartar que existe un valor y una actitud "tradicional" que no precisamente tiene que ser de carácter político y que va ligado a relaciones sociales estructuradas con anterioridad que suponen una inclinación o simpatía entre individuos. La importancia de dichos aspectos radica en que son vistos como condiciones necesarias para el desarrollo de los regímenes democráticos.

Habría que enfatizar que el aporte que nos brinda el concepto de cultura cívica y cultura política es el de ubicar ciertos elementos o puntos claves de iniciativa para poder analizar y entender las actitudes, acciones y motivaciones de los grupos políticos y de los ciudadanos dentro de la estructura de los sistemas políticos e instituciones.

MÉTODOS DE RECOLECCIÓN Y EMPLEO DE DATOS

El primer período de trabajo de campo se llevó a cabo en el estado de México entre mediados de abril y julio de 1999. durante este período se

⁴ Diez textos. P. 184.

hizo un seguimiento de todos los mitines o actos políticos que se realizaban los viernes, sábados y domingos de la semana (véase cuadro 1), presenciábamos de dos a cinco actos políticos en un día según nos lo permitieran y se participó en varias actividades proselitistas del partido. Cuando fue posible se siguió la campaña entre semana. Pero esto último fue más difícil ya que la misma naturaleza del itinerario del candidato marcaba constantes reuniones con empresarios, dirigentes y entrevistas con medios de comunicación no lo hacía posible. Aunque varios contactos personales proporcionaron crónicas telefónicas frecuentes. Entre semana nos dedicábamos a asistir a diversas reuniones con coordinadores de diferentes facciones como la Unión General de Obreros y Campesinos de México (UGOCM), el Movimiento Social Demócrata (MSD), el Movimiento Vida Digna (MOVIDIG). También asistíamos a las diversas reuniones que se realizaban sobre las *Brigadas del Sol* y acompañábamos a los brigadistas en sus recorridos seccionales en ciudad Nezahualcóyotl. Allí observamos cómo y de qué manera se organizaban las diversas actividades proselitistas que se gestaban desde el comité municipal hasta las diversas coordinadoras. De la misma manera, asistíamos a diversas actividades que se efectuaban en Texcoco ya que como se sabrá el candidato y su equipo de campaña pertenecen a ésta entidad.

Entre enero y marzo del 2000 nos limitamos a visitar a algunos exbrigadistas, militantes y líderes de las ya mencionadas facciones para constatar algunas ideas y hallazgos previos; así como en recolectar información hemerográfica, demográfica y algunos documentos y peticiones de los participantes de campaña.

Durante las entrevistas se emplearon técnicas de observación participante y entrevistas abiertas. Sin embargo, la mayor parte de la información fue recopilada por observación con la posterior corroboración y discusión de datos con nuestros contactos personales. Nosotros por nuestra parte, por medio de la observación participante, teníamos bastantes datos con los que podíamos constatar la veracidad de la percepción de la información brindada por los informantes.

El rubro más difícil en obtener información objetiva fue precisamente el de la organización interna de la campaña y el desempeño de los roles de cada uno de los miembros de campaña y del mismo candidato

Para la realización del presente trabajo contamos con tres fuentes:

- 1) Para la información estadística acerca de la población contamos con los resultados preliminares del INEGI. *Censo General de Población y Vivienda, 2000*.
- 2) Se llevo a cabo un seguimiento de prensa en especial del diario *La Jornada* del 19 de mayo al 9 de julio de 1999.
- 3) Para la información estadística de las tendencias electorales contamos con los cuatro levantamientos que realizó la revista *Milenio* junto con el Grupo Editorial Multimédios en los números 91,92,93 y 94. Así como también los levantamientos que realizó la fundación Rosemblyeth que obtuvimos a través del Servicio de Tecnología e Información Estratégica (SESTRA).

ORGANIZACIÓN DE CAPITULOS

La organización del presente trabajo es sencilla y se ordena en cuatro capítulos. En el capítulo 1, **El contexto** con base en datos estadísticos oficiales; describimos las características físicas, sociales, políticas y ambientales del estado de México que existían de 1993 hasta la actualidad. Presentamos una comparación de la historia estadística de los partidos que se disputaron la gubernatura al estado de México de 1993 a las últimas elecciones del 4 de julio de 1999.

Es importante este capítulo ya que responde a algunas cuestiones como: ¿cuáles fueron los municipios más importantes para los contendientes?, ¿cuál es la principal área de influencia de los partidos? ¿cuáles son las variaciones en los últimos seis años tanto en las elecciones federales como locales?.

En el capítulo 2, **El mitin** se resalta la importancia del acto público o mitin como herramienta política y como espacio de acción social donde se expresa parte de la cultura política y cívica de los diferentes actores políticos y sociales. Se presentan algunos elementos que lo componen como lo es el discurso, junto con datos estadísticos que nos proporcionaron algunas encuestas realizadas por diversas agencias a cerca de las posibilidades de la coalición PRD-PT de ganar la contienda en comparación con los demás contendientes.

Este capítulo ilustra que el mitin es un elemento indispensable tanto para actores políticos como para los ciudadanos quienes crean imaginarios en

torno al mitin que revelan ciertas practicas y expectativas de uno frente a otro.

En el capítulo 3, **Grados de participación ciudadana** mostramos la cultura política y cívica de los ciudadanos a partir de describir la manera en que se organizaban, se percibían, la confianza en el sistema político que expresaban y el modo en que hacían efectiva una ciudadanía que supone la obligación del ciudadano frente al Estado y un derecho que es el de votar. A partir de ello exponemos el alto grado de abstencionismo que hubo el día de las votaciones y las posibles razones que lo originaron.

Finalmente, en el capítulo 4 **El comité de base** describimos la organización social y política del comité de base antes y durante el período electoral. Se analiza un caso que se sitúa en ciudad Nezahualcóyotl en donde el partido implemento una *estrategia especial* denominada *Brigadas del Sol* integradas por ciudadanos y militantes. Con base en datos estadísticos hacemos una comparación de las elecciones federales de 1997 y las del 4 de julio de 1999 para demostrar la caída que sufrió el PRD en dicha zona. Además de mostrar algunos elementos anteriores al día de las elecciones que ya anunciaban dicho problema.

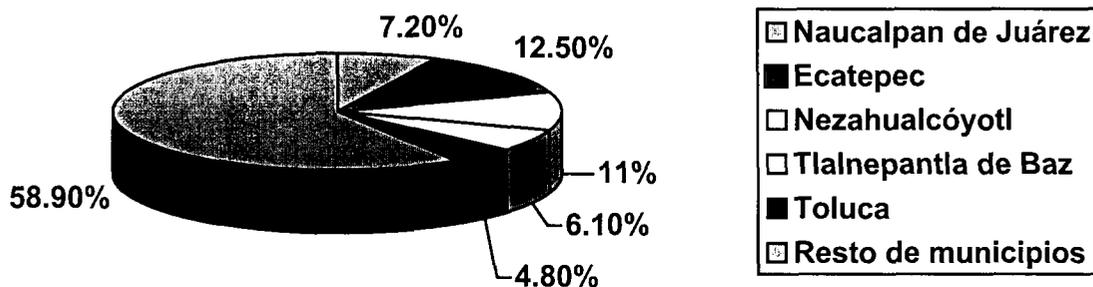
Ilustración 1. Ubicación Geográfica del Estado de México



INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRÁFICA E INFORMÁTICA. MÉXICO

CAPÍTULO I. EL CONTEXTO

El estado de México está ubicado al norte con Michoacán de Ocampo, Querétaro de Arteaga e Hidalgo; al este con Hidalgo, Tlaxcala, Puebla, Morelos y el Distrito Federal; al sur con Morelos y Guerrero; al oeste con Guerrero y Michoacán de Ocampo. Representa el 1.1 % de la superficie del país. Esta constituido por 122 municipios (véase el mapa 1), con una población total de 13. 083. 359, según el censo del 2000. La población total según los principales municipios se encuentra repartida de la siguiente manera:



<i>MUNICIPIO</i>	<i>TOTAL (Porcentaje)</i>
Ecatepec	12.5
Nezahualcóyotl	10.5
Naucalpan de Juárez	7.2
Tlalnepantla de Baz	6.1
Toluca	4.8
Resto de municipios	58.9

FUENTE: INEGI. Estado de México. Resultados definitivos, Tabulados Básicos. Tomo I. Censo de Población y Vivienda 1995.

El estado de México es hoy en día la entidad más poblada del país y la que mayores recursos económicos genera.

En este contexto, vale la pena mencionar algunos datos tan desconocidos como sorprendentes, empezando por los de crecimiento, que fue de más de ocho veces entre 1960 y 1998, cuando lo hizo de 2 millones a más de 12 pasando del quinto lugar nacional en población al primero. De esos 12 millones, 312 mil son indígenas, 3.2 por ciento del total de la población.

En los municipios que conforman el área metropolitana de la ciudad de México el crecimiento fue de más de quince veces, un municipio en particular, el de Ecatepec, pasó de 40 mil habitantes a un millón 500 mil (más de 40 veces en 38 años).

Creemos que el desarrollo industrial, de urbanización y la atracción de mano de obra son factores que dieron pauta a ese crecimiento poblacional. Según cifras oficiales, hasta 1980 el Distrito Federal fue el principal destino de los migrantes del país, pero en la década de los ochenta la tendencia cambió hacia el estado de México. En 1990 cuatro de cada diez habitantes de la entidad no eran mexiquenses de nacimiento, y éstos cerca de 55 por ciento provenían del Distrito Federal.

En poco más de una década el estado transformó su escenario típicamente rural. En 1950 sólo 38 por ciento de su población era urbana, y en 1970 el censo reportó que ya 62 por ciento era urbana. Hoy, 75 por ciento de la población vive en zonas conurbadas (a la ciudad de México y a Toluca), 9 por ciento en pequeñas poblaciones urbanas y 16 por ciento en asentamientos rurales.

En nuestra experiencia, durante la realización del trabajo de campo en el estado de México se visitaron diversos municipios y pueblos, ciertamente las características de cada lugar se contraponían al ser expuestas en un marco general de observación e interacción. El paisaje que muestra el estado de México se puede definir como un territorio densamente poblado en el cual se observa una gran diversidad cultural. Tiene una composición geográfica que integra los contrastes nacionales (pobreza urbana, y rural, industrialización, clases medias y sectores ricos).

Un ejemplo de los diversos panoramas que ofrece el estado de México es la ciudad de Toluca, capital del mismo, se define como una metrópoli moderna y pujante, el centro de Toluca es un excelente espacio para múltiples actividades; centro administrativo y político del Estado. La fisonomía de la Plaza Cívica o Plaza de los Mártires tiene cierto parecido con la del Centro-Zócalo de la ciudad de México; flanquean la plaza principal de Toluca el Palacio de Gobierno, el Palacio de Justicia, la Cámara de diputados y el Palacio Municipal. Toluca se caracteriza por sus centros comerciales al estilo del *american way of life*, su gigantesco corredor industrial. Pero a su lado emergen, entre nubes de polvo, casas de adobe, masas enormes de población desfavorecidas que se ubican principalmente al sur de la entidad.

Otro ejemplo de una mezcla de zonas residenciales e industriales son los municipios de Naucalpan y Tlalnepantla que se encuentran al norte del Distrito Federal su escenario se compone de fábricas, parques ecológicos e industriales, residencias de enormes jardines en colonias como Satélite y Tecamachalco o casas más modestas en zonas como Echegaray, San Mateo y Valle Dorado o barrios populares como San Bartolo o Los Remedios. En este contexto podemos hablar de centros comerciales como Plaza Satélite y Mundo E que pretenden ser copias de los *malls* del primer mundo, en donde abundan las tiendas de diseñadores y las franquicias extranjeras; los mercados tradicionales como el del centro de Naucalpan, y los tianguis en Lomas Verdes y Perinorte, que ofrecen ropa de "marca pirata". Estos dos municipios, hace 30 años eran suburbios a los que comenzaron a llegar las familias de profesionistas y empresarios que buscaban una vida más tranquila fuera de la capital. Con cerca de dos millones de habitantes, los productos internos brutos (PIB) de Naucalpan y Tlalnepantla representan el 40.6 por ciento de total del Estado de México. Tan sólo el PIB de Tlalnepantla significa 21.8 por ciento del estatal, en tanto que la dinámica fabril de Naucalpan representa una economía equiparable a la de 14 estados de la república.

Por otro lado, vemos municipios con población indígena que tienen la característica de ser rurales y muy pobres como San Francisco del Progreso, que alberga a 15 por ciento de los indígenas; Ixtlahuaca, con 7 por ciento, y Temascalcingo, con 5 por ciento. Hay sólo dos grupos indígenas numerosos en el estado: los otomíes y los mazahuas, y dos en proceso de desaparición: los ocuiltecas y los matlatzincas.

Éstas cifras nos presentan una situación preocupante pues de acuerdo a resultados oficiales los mexiquenses del área metropolitana requieren cerca de 700 mil nuevos empleos cada año, cifra que a penas logra cubrir en todo el país. Siendo así la economía informal una actividad que les permite generar un ingreso que representa, dos terceras partes, el 66 por ciento, principalmente en los servicios (un millón 20 mil 310) y en la industria (876 mil 120); el comercio (326 mil 188).

1. El panorama político

A continuación presentaremos los factores que representan la antesala de una intensa campaña a lo largo y ancho de la geografía estatal de la cual parte nuestra descripción etnográfica de los procesos electorales de 1999 en la campaña del candidato de la coalición PRD-PT.

El estado de México presentó un escenario para las elecciones de 1999 de lo más interesante. Representa uno de los últimos grupos de poder del PRI, el famoso grupo Atlacomulco. En éstas elecciones se enfrentaron tres grandes fuerzas y la posición iba en dos grupos con alianzas (el PRD con el PT y el PAN con el PVEM).

Como podemos observar en el siguiente cuadro las alianzas resultaron irrelevantes ya que el peso político que representaron fue mínimo.

Cuadro 1

PESO POLÍTICO ELECTORAL DE LOS PARTIDOS, 1997

	PRD	PT	PAN	PVEM	PRI
Municipios que gobierna De un total de 122	26	Ninguno	22	1	73
Población gobernada	32.2 por ciento	0 por ciento	32.2 por ciento	0.1 por ciento	47.10 por ciento
Asientos en el congreso local de un total de 75	16	2	22	4	30
Diputados federales de un total de 36	15	Ninguno	5	Ninguno	16

Fuente: Instituto Electoral del Estado de México, IEEM, 1997.

El estado de México tiene el padrón electoral más importante de la nación, con un total comprobado en listas nominales de siete millones 114 mil 257 votantes, lo que representa aproximadamente el 13 por ciento del total nacional, y en los últimos cuatro años, tanto en las elecciones locales como federales ha manifestado grandes variaciones razón por la que se le consideró el "laboratorio electoral" porque marcaría la pauta para las elecciones presidenciales del año 2000.

¿Cómo surgió el candidato del PRD?. En un principio, el Partido de la Revolución Democrática realizó una consulta en la que participaron exclusivamente los registrados a su padrón (afiliados). Después se sumó otra fuerza minoritaria, la del Partido del Trabajo.

Este estado, en los últimos 6 años, tanto en las elecciones locales como federales han manifestado grandes variaciones. De los 122 municipios que tiene, ocho de los ubicados en las zonas conurbadas concentran 69 por ciento de los votantes: Naucalpan, Tlalnepantla, Cuautitlán, Cuautitlan Izcalli, Atizapán de Zaragoza, Nezahualcóyotl, Chalco y Valle de Chalco. Por esta razón dichos ayuntamientos fueron de vital importancia para los partidos contendientes.

Si bien, de acuerdo a los resultados del 97', el PAN contaba con 20 por ciento de los ayuntamientos; su "voto duro" tiende a consolidarse en una región con alta concentración poblacional en la parte oeste de la zona

metropolitana de la ciudad de México; Atizapán de Zaragoza, Naucalpan, Tlalnepantla, Cuautitlán y Tepetzotlán. El PRD también contaba con 20 por ciento de los ayuntamientos, aunque éste tiene municipios que no son tan grandes o importantes por sus actividades económicas; su presencia es visible en la parte oriente del Valle de México (Neza, Texcoco, Valle de Chalco), controla las alcaldías y las diputaciones locales y federales. El 60 por ciento restante lo tiene el PRI. Su principal área de influencia es la región del Valle de Toluca, los municipios del sur, los más pobres y el oriente del estado.

Para observar más detenidamente el panorama político del estado de México es preciso hacer referencia a elecciones pasadas en comparación con los tres contendientes.

Cuadro 2
HISTORIA ESTADÍSTICA DE LOS PARTIDOS EN EL EDOMÉX

PARTIDO	1993 ELECCIÓN DE GOBERNADOR VOTOS %	1996 ELECCION DE AYUNTAMIENTO O VOTOS %	1997 DIPUTADOS FEDERALES VOTOS %	1999 ELECCION DE GOBERNADOR VOTOS %
PRI	1,949,356 58.18	1,022,087 35.82	1,360,435 34.26	1,379,228 41.07
PAN	557,009 16.62	837,576 29.35	773,521 19.48	1,151,514 34.29
PRD	271,977 8.11	594,023 20.82	1,323,396 33.33	714,814 21.28

Fuente: Instituto Electoral del Estado de México, IEEM, 1993-1999.

En el desglose de la estadística electoral podemos observar que el PAN, en alianza con el PVEM, en éstas últimas elecciones logró incrementar su votación quedando como segunda fuerza política. Mientras que el PRI se mantiene constante, ganando la gubernatura al estado de México.

El PRD en las últimas tres elecciones registró un ascenso en sus niveles de votación, en las elecciones del domingo 4 de julio de 1999 perdió más del

10 por ciento de sufragios en relación con los que obtuvo en 1997. De ser la segunda fuerza política cae a la tercera posición.

Como recordaremos, la zona conurbada de la ciudad de México (zona perredista y panista) es donde se concentra la mayor parte de los electores del estado -65 por ciento de un listado de 7 millones de votantes- ¿Cuál fue la ventaja que tuvo el PRI sobre sus contendientes en estas últimas elecciones? Creemos que una de las principales razones se debió a el abstencionismo que fue de 3,755,629 frente a una participación de 3,358,628 con un total de casillas capturadas de 12,947. Según estudios del Instituto Electoral del Estado de México (IEEM) el abstencionismo en la zona conurbada es más alto que en el resto del estado, los municipios conurbados con la ciudad de México están habitados en su mayoría por inmigrantes.

CAPÍTULO II. EL MITIN

1. INTRODUCCIÓN

En el presente capítulo, pretendemos resaltar la importancia del mitin como espacio de acción social en donde se expresa parte de la cultura política y cívica de los actores políticos y sociales. En primer lugar presentamos una etnografía –"Un día en la campaña política"– para hacer referencia a las prácticas sociales de los personajes que acompañaban al candidato durante sus recorridos políticos por el estado de México centrándonos específicamente en sus prácticas primordiales y los objetivos e intereses centrales de estos. Considerando que son factores que reflejan la importancia de la actividad del equipo de campaña del candidato.

Posteriormente, identificamos elementos particulares durante el desarrollo del mitin que son evidencia sobre la que se desarrolla la propia estructura del partido: desorganización, organización, solidaridad, entre otros aspectos. Dichos elementos nos permiten plantear al mitin como contenedor y proyector de practicas sociales que lo construyen como tal. De ésta manera, describimos la manera en que el mitin es concebido y formulado como elemento indispensable de toda actividad política tanto por actores políticos como por actores sociales en donde el discurso ocupa un lugar privilegiado. A partir de esto mencionamos la concepción que tienen los actores políticos del mitin quienes lo ven como un indicador de su posible triunfo comicial que caía en una percepción imaginaria que se construía a partir de él.

Finalmente, mostramos los elementos que sostienen el supuesto de que el candidato no lograba penetrar en los intereses y expectativas de los ciudadanos a través del discurso.

2. Un día en la campaña política

La descripción que se ofrece a continuación tiene como objetivo el expresar un cuadro detallado del ambiente que se vive y de los diversos aspectos que configuran *Un día en la campaña política*. Debido a lo extraño que resulta para algunos lectores dicho escenario, es necesario advertir que a través de ésta descripción nos enteramos de la organización de la campaña, de los conflictos entre participantes, de los problemas a los que se afrontan día a día, pero siempre de manera general ya que una descripción de las diversas actividades y actitudes de los actores políticos dentro de la campaña política carece, no nos proporciona una fuerte luz sobre ciertas tendencias de desarrollo. De ésta manera, el fin es el de obtener una comprensión de estos problemas para retomarlos ampliamente en capítulos posteriores.

"Los sábados y los domingos son los días en que más se trabaja", así lo expresaban algunos colaboradores de la campaña del candidato.⁵ Las actividades variaban pues ciertamente los sábados y los domingos se visitaban entre seis y ocho plazas cívicas de los diferentes municipios del estado de México, ahí se concentraba un cierto número de simpatizantes y militantes mayoritariamente para escuchar las propuestas del mismo. Entre semana se efectuaban reuniones privadas con el candidato y su partido, con diferentes organizaciones e instituciones, se concedían entrevistas para los diferentes medios de comunicación y en raras ocasiones se ejecutaban mítines. Todas sus actividades se daban a conocer por medio de un itinerario formulado por la coordinadora de campaña. La mayoría de los eventos se programaban para las 11:00 de la mañana.

El día comienza con una aguda luz de sol a las ocho de la mañana. La casa del candidato, ubicada en el municipio de Texcoco es el punto de partida, ahí se dan cita algunos colaboradores de la campaña; todos ellos residentes de Texcoco.

⁵ Debido a las circunstancias que se presentaron en trabajo de campo, no nos fue posible tener una relación directa con el candidato, sin embargo, en raras ocasiones sostuvimos charlas en las que se constata cierta discreción ante los problemas de campaña. Pero gran parte de la información obtenida fue mediante una exhaustiva observación participante y charlas con ciudadanos y colaboradores más cercanos al candidato.

Con una exactitud y anticipación a la hora acordada llegan dos colaboradores, quienes son hermanos, además de otros dos. Ellos, más que pertenecer al terreno de logística, como lo aseguraron en varias ocasiones; su función consiste en guardar la seguridad del candidato y manejar los carros o camionetas en que este se transporta con su equipo. Un joven de 27 años aproximadamente, quien colabora ampliamente en la casa de campaña de Texcoco "ayudando en lo que se puede" e igualmente cuida la seguridad del candidato; su padre un diputado local que también apoya asistiendo a la campaña. Otros dos personajes, con gran experiencia dentro de la política se ocupan de cualquier problema o imprevisto que surja en el mitin desde el primer momento en que se llega a la plaza cívica o lugar designado para su ejecución hasta que finaliza. Un diputado federal y pariente cercano del candidato. Por último el animador de los mítines y la secretaria particular del candidato quien a su vez dirige y promueve a la Coordinadora Juvenil de la Coalición PRD-PT.

Todos han llegado a tiempo, cada quien busca "donde acomodarse, las camionetas son pocas y la gente es mucha", nadie desea sentirse apretado. En ese momento la preocupación por la falta de camionetas o de carros invade a unos cuantos, no sólo se acentúa en sus rostros esa ansiedad sino que también se expresa y se experimenta un acto de parcialidad. En alguna ocasión, presa de ésta situación la secretaria del candidato se tuvo que quedar porque el fotógrafo particular del mismo llegó en último momento. Las tres camionetas suburban con que se cuenta para transportarse son proporcionadas "por el partido." Aunque la gasolina se pague nadie se atreve a llevar su propio carro ya que "en terrenos pedregosos la suspensión se amuela y nadie la paga." Sin embargo, en raras ocasiones alguno que otro se aventura y lleva su propio carro por razones de holgura no dejándose escapar por aquellos que ven la oportunidad del transporte. Algunas veces el candidato proporciona un carro, nada lujoso, propiedad de su primogénito.

La sagacidad se vuelve una característica indispensable para emprender el recorrido por municipios y pueblos. Sólo se espera a un hombre: al candidato, quien demora más de quince minutos en salir. Nadie comenta nada por un instante, sólo se observan bocas que se abren convulsivamente para bostezar.

Sin tanta presteza el candidato sale de su casa y repentinamente se escuchan los motores que se han prendido al mismo tiempo indicando la partida, la camioneta en la que va él es la primera que avanza, atrás de ella se van integrando otros cuatro vehículos más.

Durante el camino, la primera pregunta que irrumpe la mente de todos es "¿A dónde nos dirigimos?" De tal manera, no se hace esperar el uso del teléfono celular, herramienta indispensable que establecía un nexo de comunicación inmediata permitiendo notificar sobre algún problema repentino o cambio de planes. Organizadores, coordinadores y diputados llevaban consigo tal herramienta y sin la necesidad de verse aconsejados por un directorio telefónico se comunicaban entre sí con el simple motivo de saludarse o acordar la primera parada que tenía como fin apaciguar el apetito.

Restaurantes o fondas a la orilla de la carretera eran los lugares precisos en que se reunían de diez hasta treinta personas. De un momento a otro el emplazamiento empieza a henchirse de automóviles. Con el brío que da el comienzo del día, tanto diputados acompañados por asistentes y secretarías como parientes y amigos del candidato abordan el lugar. Como carta de presentación una sonrisa se delinea en el rostro de todos. El candidato no cesa de extender la mano derecha para saludar a cuanta gente va entrando por la puerta. Los demás se conforman con un simple gesto afable que es igualmente correspondido.

A lo largo de la mesa empiezan a circular vasos con jugo de naranja, refrescos, tortillas y bandejas con barbacoa con el propósito de mitigar el hambre.

La plática no se hace esperar, todos charlan sobre lo ocurrido el día anterior, sobre experiencias personales o situaciones chistosas que gustan de recordar.

Se escuchan carcajadas y comentarios que alborozan todo el lugar, sin embargo, la voz del candidato no alcanza a escucharse entre los oídos de todos los presentes, él sólo discurre moderadamente cerca de una o dos personas entre ellos el coordinador de giras, quien siempre se encuentra a su lado.

Con el tiempo que se desliza rápidamente por el reloj, algunos se apresuran a comer. No hay ojos que no coloquen por algún momento su atención sobre el candidato ya que "en el momento en que se levanta él de la mesa nos retiramos." La cuenta es pagada por el coordinador de giras, por el candidato o algún diputado quienes siempre piden notas de remisión para que dicha cuenta sea pagada "por el partido."

Una vez más, con la cantidad de gente que ha llegado, los movimientos entre uno y otro carro se hacen visibles. Sólo se escuchan expresiones como: "¡Llévate a ...!", "¿Me puedo ir con usted señor ...?", "¿Todavía hay

lugar aquí?." Nadie se queda en el camino, todos, de buena o de mala gana abordan un vehículo.

Llamadas continuas invaden el teléfono celular del candidato, él no contesta, quien siempre lo hace es uno de sus colaboradores.

A mediados del mes de Abril ya se contaba con un camión particular que tenía como función transportar al candidato y a su equipo de un lugar a otro, por lo que se tenía que hacer una segunda parada ya sea en un estacionamiento público, en una gasolinera, en la casa de campaña de Ciudad Satélite o en el comité estatal que se ubicaba en el centro de Toluca. Algunos vehículos se dejaban en un estacionamiento particular, en la casa de campaña o en el comité estatal. . Ahí se incorporaba más gente. En cuestión de minutos se abordaba el camión que tenía capacidad para unas 25 personas. El camión, un Mercedes Benz, se encontraba equipado con un baño, una televisión, una mesa, además de un compartimento privado y aire acondicionado. No era un camión ordinario; pintado de blanco con delgadas franjas negras, rojas y amarillas que lo atravesaban, en su fachada expresaba la coalición PRD-PT. Lo que más saltaba a la vista era un gran rotulo que permitía ver parte del traje negro y la camisa blanca del candidato, además del rostro que exponía una gran sonrisa y una vista profunda enmarcada por párpados exánimes, agregándose a su lado con letras grandes su nombre y en letras más pequeñas, su apellido. Dicho rotulo, se encontraba en la parte trasera y en ambos extremos del camión.

Los que siempre abordaban el camión eran: el candidato, gobernadores y diputados de los diferentes municipios que se visitaban., el presidente estatal del PRD, el coordinador del PRD en la cámara de diputados en Toluca, el coordinador de giras, así como alguna figura de la política.

Los carros y las camionetas que van llegando se van insertando en una gran hilera compacta que se dirige a ocupar una plaza cívica, el camión en el que va el candidato se queda estacionado enfrente del comité estatal o a en la orilla de alguna carretera, "hace tiempo para esperar que la plaza este más o menos llena de gente." Las calles principales que desembocan en la plaza se encuentran atravesadas por grandes tendedores de propaganda.

Tepetlixpa, el primer lugar que se visita 10:30 horas. Los problemas no se hacen esperar, la instalación de un *tianguis* que no se tenía previsto impide la entrada de la caravana, esto causa cierta irritación de varias personas en especial de los colaboradores del candidato. El camión no puede pasar por su gran tamaño, por lo que se acude a las camionetas y a

los carros excediéndose el número de personas dentro de ellas. Sin embargo, con gran éxito logran escabullirse entre las calles estrechas para llegar a la plaza principal en donde los recibe una banda sonora, y 120 personas, aproximadamente, quienes reciben al candidato con aplausos.

El discurso ⁶ no dura más de treinta minutos, es corto por lo que al concluir éste, el candidato y acompañantes emprenden un recorrido a pie por el tianguis que no sobrepasa a más de 19 puestos desarmables y unos cuantos locales de concreto. En un pasillo estrecho desfila un gran número de gente, acompañantes del candidato que lo siguen. La gente lo mira con cierta extrañes, sin embargo, algunos con gran desenvoltura le expresan su apoyo diciéndole que "ojalá gane", "aquí lo esperamos de nuevo." El candidato por su parte les extiende la mano para saludarlos o simplemente les da una palmada en el hombro y/o les entrega una tarjeta personal con los datos de la casa de campaña ubicada en Ciudad Satélite argumentándoles que "cualquier cosa que necesiten, ahí nos encontramos."

El recorrido se da por terminado, de tal suerte que todos los que se encuentran alrededor del candidato aceleran la mirada recorriendo todo el lugar para localizar a las personas con las que se comparte el carro, nadie espera a nadie, la caravana se esfuma en cuestión de segundos.

Es medio día y casi todos cuentan con un itinerario el cual marca "un encuentro comunitario" a las 11:00 horas, en el kiosko del municipio de Atlautla de Victoria. Grupos de personas se siguen incorporando a la campaña, entre ellos un grupo de ocho chicas menores de 20 años quienes provienen del comité de base del municipio de Acolman y que se han integrado a la campaña desde mediados del mes de Abril; todas ellas comandadas por una chica de 22 años forman "la porra oficial del candidato," su atuendo: una falda negra que no sobrepasaba los límites de las rodillas, una blusa amarilla con las siglas de la coalición PRD-PT y unos "pompones" hechos con rafia amarilla y negra. Sin duda, ellas son las primeras en llegar a las plazas.

El camino es pedregoso, pero sin ningún problema se ha llegado a la plaza. Todavía no se han detenido completamente las llantas de los autos y sin embargo, con gran destreza, algunos deciden desprenderse de sus asientos para bajar.

⁶ Sobre el discurso volveremos a lo largo de este capítulo.

Unos de los colaboradores cercanos del candidato, siempre se encuentra corriendo de un lado a otro dando instrucciones de dónde dejar los carros y como estribillo se escucha en cada una de las ventanillas con voz grave: "por dónde vamos a salir."

Una lona amarilla cubre la gran enormidad de la plaza que se encuentra rodeada por una iglesia, por la Casa de la Cultura de Atlautla y por la presidencia municipal.

La gente se encuentra esparcida por toda la plaza ocupando un lugar en cualquier banca, disfrutando del fresco e inmutable aire del mediodía y de la sombra que ofrece la gran lona. La situación que se presenta obliga a alguien a servirse del micrófono para invitar a la gente a que "se acerque a escuchar las propuestas del candidato" por fin llega y respirando profundamente pasea la mirada por todo el lugar; con una sonrisa agradece el recibimiento de un grupo de señores que con gran pujanza le aplauden y le vitorean con porras.

"Sin perder el tiempo," algunas porristas, la secretaria del candidato y otros colaboradores se envuelven en la tarea de repartir propaganda entre la gente que se encuentra en la plaza. Los trípticos, los posters, tarjetas personales del candidato y pegotes son repartidos entre los nativos del lugar sin olvidar a los vendedores ambulantes que con gran ligereza se pasean por toda la plaza ofreciendo su mercancía que va desde una simple golosina, bebidas embotelladas, helados; hasta playeras, gorras, sombreros y distintivos con el logotipo del PRD o del EZLN. De repente los tres personajes acaparan el escenario en ese momento, a todo momento rodeados por niños quienes siempre exigen cualquier tipo de propaganda y que sin menospreciar ésta oportunidad aquellos "repartidores" les piden venia para colocar un pegote en su playera con la imagen del candidato; por supuesto, ellos siempre disponibles aceptan. El discurso transcurre y estos tres personajes hacen una visita a los dueños de los diversos comercios que están más próximos para "invitarlos a votar el 4 de Julio." Una pregunta fundamental que sale de la boca de estos se hace escuchar en los oídos de aquellos comerciantes: "¿Podemos poner propaganda en la vitrina de su negocio?", algunos comerciantes con un simple gesto apático mueven la cabeza de manera afirmativa mientras que otros con gran displicencia se niegan rotundamente.

El discurso ha terminado el candidato se ve rodeado de gente que se disputa un espacio que le permita acercarse un poco más al candidato para no perder la oportunidad y saludarlo de mano o comentarle su apoyo o simpatía.

El siguiente lugar, el jardín Municipal de Ozumba, 400 personas esperan impacientemente bajo los acentuados rayos del sol.

“La caravana del candidato” hace su aparición, todos dan indicaciones que alertan e invitan a los demás a no perder de vista a sus acompañantes, ya que en la espaciosidad de la plaza y entre el mar de gente, todos, sin excepción de nadie, se vuelven presas fáciles del lugar corriendo el riesgo de perderse o quedarse en aquel sitio que resulta extraño para algunos.

El mitin concluye y la señal de partida es “cuando el candidato termina de hablar.” El número de gente que se reunió en la plaza da motivo para expresar “lo bien que estuvo el evento.”

A la caravana se suman unos cuatro “camiones chimecos”⁷ los cuales transportan aproximadamente a 85 personas a quienes no les importa el tiempo, 40 minutos, que suponen el traslado. El camino hacia Ecatzingo ofrece la totalidad de un paisaje condensado por copiosos árboles verdes. La asimetría de la carretera y la presteza con que conducen algunos para llegar con prontitud, contribuyen a que algunos con cierta conturbación desvíen repentinamente la dirección del auto, el resultado; un simple susto que se considera como experiencia para no volverlo a repetir y el sonido de un teléfono celular que es contestado de inmediato del cual sale una voz con un tono rígido que pide llevar el control y la concentración en el volante.

Sin mayor dificultad se llega a Ecatzingo. El discurso da comienzo, a una distancia considerable y sin tanta profusión lo escuchan tranquilamente un grupo de señores quienes sujetan un sombrero de palma entre sus manos, con el rostro atezado por el sol y los pies polvorosos, caminan de un lado a otro, junto a ellos un grupo de mujeres, cada una de ellas con sus respectivos niños a quienes no pierden de vista.

El evento concluye a las 4:00 de la tarde. El hambre empieza a afirmarse en cada persona. La caravana se marcha del lugar para coincidir en otro punto a las orillas de la carretera, en una pequeña zona cercada por árboles en donde se llevará acabo la comida ofrecida por “el comité Ejecutivo Municipal de Ozumba.” Largas mesas, recubiertas por manteles blancos esperan ser ocupadas por 300 o más personas. Empiezan a transitar platos enteros de arroz, barbacoa y nopales por toda la mesa, algunos, aunque no han alcanzado un asiento prefieren comer parados. La

⁷ Camiones que predominan en el estado de México, se les denomina así porque contaminan mucho y su motor es estruendoso.

comida no dura más de cuarenta minutos pues todavía faltan varios lugares por visitar.

Con una banda sonora se anuncia la llegada del candidato en Amecameca. La plaza alberga a unas 550 personas. Los comités y organizaciones correspondientes al partido llevan mantas que manifiestan su presencia y apoyo al candidato; una de ellas expresaba el lugar de procedencia aunado a una pequeña frase: "Zoyapango: por la honradez y experiencia de nuestro candidato."

Mientras el discurso se deslizaba en oídos de todos los presentes, a un lado del estrado, miembros del comité Ejecutivo Municipal de Amecameca se encontraban formando dos filas de niños –aproximadamente 100 niños – quienes se disponían a recibir un juguete pequeño como pelotas pequeñas, soldados de plástico entre otros, esto con motivo del ya consumado mes del niño, Abril.

La tarde caía gradualmente junto con la luz del sol y con la extensa caravana de autos que se iba reduciendo. Ciertamente la plaza de Ayapango se veía un poco solitaria por la falta de gente, sin embargo, Tlalmanalco pinto otro escenario. El mitin se realizó enfrente del famoso Convento de San Luis Obispo, con su capilla abierta, que es posiblemente la más suntuosa en su tipo. Unas 500 personas se encontraban presentes. Al término del discurso, un grupo musical empieza a entonar notas que invitan a bailar a los presentes.

Ya con la obscuridad en el camino, todavía se visita un último lugar: Tenango del Aire el cual se visita a la brevedad posible, pues en la cara de todos ya pesa el cansancio.

Por fin, son las diez de la noche y la calma descende sobre los cuerpos exánimes de todos. De nuevo, otra vez sólo se encuentran acompañando al candidato los mismos que han emprendido junto con él el comienzo del día.

Una última parada se realiza en el lugar en que se han dejado los autos, sin más paradas que las necesarias para consumir agua o gasolina. El camino a Texcoco es largo, por lo que para acortar la tensión que se ha acumulado se hace uso del celular, el cual no deja de sonar en los bolsillos y asientos de su dueño quien contesta con gran prontitud pues bien sabe que tal llamada tiene un fin que es el de recordar cualquier situación chusca, decir cualquier ocurrencia o simplemente "cotorrear" con alguien en especial que no sea el candidato, pues el respeto hacia este es evidente.

Así, ha terminado el día y cada quien se esfuma con la noche para hacer una última parada: la propia morada.

3. La importancia del mitin

A lo largo de la exposición del apartado anterior hemos mostrado la actitud y la manera en que se organizan los miembros de campaña para realizar diversos actos políticos además de ver quiénes son los personajes que "acompañan" al candidato en estos actos. Ahora bien, ésta descripción etnográfica nos sirve como fondo para ahondar y hacer referencia a la importancia del acto político o mitin que constituye una gran parte de la estructura de la campaña política.

En el presente apartado expondremos el contenido del mitin y lo que éste proyecta y expresa ya que nos es útil en la medida en que nos brinda una ayuda orientadora de las circunstancias más frecuentes de la campaña proselitista.

Para empezar mencionaremos que el mitin se puede concebir como una realidad material, física o un elemento indispensable de toda la actividad política. Por lo tanto, de acuerdo con nuestras observaciones consideramos que el mitin se define por los siguientes aspectos:

- El mitin es un lugar físico en donde se manifiestan ciertas prácticas sociales que lo construyen dándole orientación y sentido.

Si bien, hablamos de ciertas prácticas sociales como la misma organización previa al mitin que aunque se encuentre al margen de este no es ajena, es decir, el mitin sugiere como toda actividad política una coordinación anterior -una organización de los diversos dirigentes y coordinadores de campaña- en donde se planean las diversas actividades en apoyo a la campaña.

A continuación mencionaremos un caso para ejemplificar dicha organización.

La Coordinación Juvenil de la Coalición fue una organización principalmente del PRD que nació junto con la campaña del candidato y que estaba integrada por militantes del partido de diferentes municipios quienes tenían un puesto o algún cargo dentro de alguna facción del partido o simplemente eran hijos de algún líder político. Tenía como principal objetivo crear la Instancia Juvenil Gubernamental. La creación de dicha instancia sólo podía verse realizada con el triunfo del candidato en

las elecciones del 4 de julio por lo que realizaba diversas juntas semanales en el senado para proporcionar "apoyo extra a la campaña" a través de diversas actividades como: la movilización de militantes a los eventos políticos o mitines en donde se presentaba el candidato; realización de foros; hacían recorridos seccionales por las principales zonas que se consideraban "territorio de la oposición" y a través de altavoces, de calle en calle, resaltaban las actividades del partido político e invitaban a la gente a participar con ellos.

Ciertamente, los gastos que generaba ésta organización eran cubiertos por el mismo subsidio de la campaña. A través de un diputado federal que abanderaba dicha organización y que se encontraba acompañando al candidato en su gira proselitista. Por lo que decimos que:

- El mitin se desarrolla con recursos económico-políticos y con canales de participación.

Dicha coordinadora, no lograba atraer a los militantes del partido de todo el estado, pues, en un foro que tituló "Propuesta Juvenil Mexiquense" (29/V/99) al que convocó a todo el sector juvenil de la población mexiquense y que tuvo lugar en el Salón Monarca ubicado en el municipio de Nezahualcóyotl se expresó la organización y los conflictos internos de dicha Coordinadora que se materializaron a los ojos de los asistentes el día del evento en donde se presentaron 150 personas (se esperaban unas 600 en total) quienes en su mayoría esperaban al candidato quien nunca apareció, tal situación causó la molestia de los coordinadores y de algunos reporteros de la prensa local que iban a cubrir el evento. Sólo un programa de la SEP, *Tele-Educación*, se quedó a entrevistar a los coordinadores durante más de una hora.

Los conflictos que existían en el interior de la organización se expresaron ese día y después del evento con el comentario de más de un coordinador. En un acto de cólera uno de ellos mencionó iracundo:

Estas son mamadas, cada quien quiere aparecer en la tele, como si fuera el mero, mero de todos. La verdad es que todos debemos ser parejos. De que sirve que uno este trabajando como negro para que llegue otro y se luzca con el trabajo de los demás. Hasta en la prensa cuando apareció la convocatoria para el foro tenía como organizadores a dos personas que ni siquiera van a las juntas.⁸

⁸ Platica con un coordinador. Nezahualcóyotl. Sábado 29 de mayo de 1999.

Ciertamente, la participación en el Foro: Propuesta Juvenil Mexiquense fue escasa ya que sólo asistieron 150 jóvenes en total de los cuales una cuarta parte estaba representada por miembros de la UGOCM. La organización de este foro no tuvo la suficiente fuerza de convocatoria. Si examinamos este hecho, se invitó a la comunidad joven del estado de México con el fin de "expresar sus inquietudes al candidato"; fracasó en su intento por diversas razones como la falta del candidato que no asistió porque de acuerdo a su itinerario tenía que realizar diversos mítines por la zona sur de la entidad. Aunque esto ya se sabía de antemano, cabe decir que la organización desde este punto central en el que se gestó la planeación de dicho foro, ni siquiera logró convocar a los diferentes grupos o facciones del partido. Existieron varios factores que influyeron como: la falta de representatividad de los diferentes municipios en la Coordinadora Juvenil, sólo doce representantes de los municipios de Nezahualcóyotl, Acolman, Tultitlán, Cuautitlán Izcalli y Texcoco asistían a las juntas tomando en cuenta que hay un total de 128 municipios.

Previo a la realización del evento uno de los miembros que encabeza dicha Coordinadora argumentó que:

Sí en verdad, faltan representantes de muchos municipios, en realidad somos pocos porque en algunos lugares como Ixtapan del Oro, Toluca, Lerma, Villa Victoria y otros municipios se encuentran muy alejados o no tenemos contactos. [...] sinceramente creemos que no se va a llenar el salón Monarca (lugar en donde se realizó dicho foro con una capacidad para 600 personas), este foro lleva planeándose por más de tres semanas; casi un mes y la verdad creo que va a ir muy poca gente.⁹

Por su parte, la coordinadora de la Unión General de Obreros y Campesinos de México (UGOCM) que en sus juntas septenarias reúne a más de 90 individuos, todos ellos coordinadores de comités de base y dirigentes de diferentes organizaciones (comerciantes y taxistas principalmente); ahí se discutían cuestiones de apoyo a la campaña política, de la misma manera proporcionan material de propaganda y gestionan el voto en el municipio de Nezahualcóyotl. Posterior al evento mencionaron que:

Para el evento de los jóvenes (Foro: Propuesta Juvenil Mexiquense que se llevó a cabo en el salón Monarca.

⁹ Junta realizada en el Senado. Distrito Federal. Jueves 27 de mayo de 1999.

Nezahualcóyotl el día 29 de Mayo de 1999) muchos de ustedes se comprometieron a traer a varios chavos. Incluso se dispuso de una lista y se dijo el número de personas que iban a traer. Sólo fueron unos cuantos a ese evento [...] siendo que movemos a más de 5 000 gentes.¹⁰

Ciertamente, no hablamos de una falta de redes sociales de apoyo dentro de una sola organización. El problema se da en el interior de cada facción y organización. Mencionamos el caso de la UGOCM sólo por ser una de las facciones más fuertes y representativas de Nezahualcóyotl.

De tal manera decimos que:

- El mitin trabaja desde la territorialidad, de los intereses y de los problemas contrapuestos de los grupos y los individuos organizados o con deseos de hacerlo. Así pues, sobre él se despliegan relaciones sociales concretas que lo construyen en la practica.

Ciertamente podemos decir que lo que refleja este caso es la falta de apoyo de diferentes facciones y organizaciones del partido en actos proselitistas. Realmente no existe una red de apoyo sólida y homogénea que permita la realización de diversas actividades de manera efectiva.

Por lo tanto:

- El mitin es un indicador de las redes de apoyo que tiene el partido y de su capacidad de convocatoria.

Otro caso que bien lo puede ilustrar es el mitin que se llevo a cabo en el municipio de Lerma gobernado por el PAN (el mitin se realizó el sábado 12 de Junio de 1999 en la Plaza principal); ahí se reunieron menos de 130 personas que por problemas de sonido no lograban escuchar con claridad el discurso del candidato. Finalmente la gente se dispersó y los pocos que quedaban no mostraban interés ante el discurso del candidato. Sin embargo, en fechas posteriores dos representantes del Comité Ejecutivo Estatal de Toluca argumentaron que:

En Lerma tanto el PRI como el PRD están muy fraccionados, tienen problemas con su propia gente, cuando hay un evento

¹⁰ Reunión con coordinadores de comités de base de la UGOCM. Nezahualcóyotl. Lunes 31 de mayo de 1999.

como el de ayer todos quieren jalar con su propio grupito y no hacen nada.¹¹

A continuación ofrecemos un cuadro que permite observar los diferentes lugares en que presenciamos un mitin:

Cuadro 3

MITINES QUE PRESENCIAMOS DURANTE LA CAMPAÑA PROSELITISTA

FECHA	LUGAR	SITUACION
Domingo 18 de Abril	Nezahualcóyotl. Col. Agua Azul, Laguna de Términos y Jorge Luque Loyola.	Mitin
	Neza. Salón Monarca	Mitin
	Neza. Palacio Municipal. Av. Chimalhuacan	Mitin
	Neza. Zona Norte. La Bola. Col. Campestre Guadalupeana	Mitin
Sábado 24 de Abril	Cuautitlan Izcalli. Col. 3 de Mayo. Av. Bosques de Bolognia.	Mitin
	Col. Atlanta, entre Mares y Selva.	Mitin
	Plaza del Sol INFONAVIT Norte.	Mitin
	C. Izcalli. Valle Jardines de la Hacienda. Puente de Huehuetoca.	Mitin
	C. Izcalli. Santa Barbara. Kiosko del centro del Pueblo.	Mitin

¹¹ Plática con dos representantes del Comité Ejecutivo Estatal de Toluca. Naucalpan. Domingo 13 de junio de 1999.

Domingo 25 de Abril.	Ecatepec. Plaza Coacalco. Salón Minuet.	Reunión con deportistas.
	Toluca. Santiago Tlacotepec.	Mitin
	Toluca. San Mateo Ocotlazactipan.	Mitin
	Toluca. Cerrillo Vista Hermosa.	Mitin
Domingo 2 de Mayo.	Tepetlixpa. Jardín Municipal.	Mitin
	Atlautla de Victoria. Kiosko.	Mitin
	Ozumba. Kiosko, jardín municipal.	Mitin
	Ecatzingo. Jardín municipal.	Mitin
	Amecameca. Rancho de los del Valle	Mitin
	Ayapango. Frente a la presidencia municipal.	Mitin
	Tlalmanalco. Jardín municipal.	Mitin
	Tenango del Aire. Explanada municipal.	Mitin
Sábado 15 de Mayo.	Toluca. Plaza principal.	Mitin
	Toluca. Jiquipilco.	Mitin
	Toluca. Temoaya, plaza principal.	Mitin
Domingo 16 de Mayo.	Neza. Palacio municipal.	Mitin
	Chimalhuacan. Cerca de la presidencia municipal.	Mitin
	San Vicente Chicoloapan. Plaza principal.	Mitin
	Ixtapaluca. Frente al palacio municipal.	Mitin

	Valle de Chalco. Frente al palacio municipal.	Mitin
Sábado 29 de Mayo.	Neza. Salón Monarca.	Foro: Propuesta Juvenil Mexiquense.
Domingo 30 de Mayo.	Tequixquiac. Plaza principal.	Mitin
	Hueypoxtla. Plaza principal.	Mitin
	Naxtlalpan. Plaza principal.	Mitin
Sábado 12 de Junio.	Lerma. Plaza principal.	Mitin
	Toluca plaza principal.	Mitin
	Ixtlahuaca. Plaza principal.	Mitin.
Domingo 13 de Junio.	Naucalpan. Parque la Hormiga.	Mitin
	Atizapan. Plaza principal.	Mitin
	C. Izcalli. Recepción en la glorieta de la Ford.	Comida: Asociación de Industrias del Valle de México.
Domingo 20 de Junio.	Tejupilco. Plaza principal.	Mitin. Cierre regional
	Valle de Bravo. Plaza principal.	Mitin. Cierre regional
Sábado 26 de Junio.	Naucalpan. Explanada de la presidencia municipal.	Mitin. Cierre regional
	Toluca. Plaza principal.	Mitin. Cierre regional
Domingo 27 de Junio	Nezahualcóyotl. Explanada de la presidencia municipal.	Mitin. Cierre regional
Miércoles 30 de junio	Texcoco. Plaza principal.	Mitin. Cierre regional

4. "Todo se volvió posible"

El día de las elecciones se acerca rápidamente y la cantidad de gente que asiste a los mítines aumenta día con día volviéndose un indicador de gran importancia para los que se encuentran imbuidos dentro de la campaña que hacen expresiones como "en la plaza principal... congregamos a un gran número de gente, llevamos la delantera."¹² Como lo vimos en apartados anteriores el clima que se vive, se siente y se observa en cada mitin engendrado por el hecho de que asiste mucha gente. Esa sensación vaga y exaltante a la vez de estar viviendo un momento excepcional fueron elementos que movieron a un coordinador de campaña a decir con gran entusiasmo una y otra vez: "todo se volvió posible". Se tenía la esperanza e incluso la certeza de que se iba a ganar la candidatura.

En efecto, al ciudadano se le imaginaba participativo, comprometido e interesado en el ámbito de lo político expresándose en las plazas públicas cuando asistía a los mítines. A menudo cuando se les preguntaba a algunos miembros de la campaña sobre las probabilidades de ganar, se observaba una clara tendencia por insistir en el hecho de que: "tenemos a la gente de nuestro lado... vamos a ganar".

Encontramos una clara dualidad entre *lo que eran* -como partido político- que se observaba en las encuestas que se publicaban en los diarios los cuales revelaban la delantera del partido oficial y lo que *pretendían ser* a partir de imaginar al ciudadano. No nos extenderemos mucho en este punto. Sólo hacemos referencia a algunos aspectos que se observaron durante el desarrollo del mitin para sugerir algunas condiciones que creemos importantes y donde se desenvuelve la cultura política de los ciudadanos.

Para empezar expondremos el caso de un señor de aproximadamente 60 años quien llega antes de la hora indicada a la explanada de la presidencia municipal de Naucalpan para presenciar un acto político; desanimado, ante la falta de gente, expresa:

¹² Para más referencias sobre esto véase el apartado de *El mitin como estrategia política*.

... me sentiría mal si no hubiera, si no llegara la gente, porque si hay mucho pueblo, nos dice que vamos a ganar. Dice Higinio que *somos mayoría* haber si es cierto.¹³

Resulta, pues, importante mencionar que el mitin se ha vuelto un elemento indispensable de toda actividad política, incluso para algunos ciudadanos quienes, en efecto, asisten a él con la finalidad de reforzar una convicción que fue creada con anterioridad en otro ámbito y en otra atmósfera. Al igual que en el caso de los ciudadanos, los actores políticos también consideran que el mitin es indispensable en el sentido de que es tomado como un indicador, como una encuesta fidedigna. Seguramente se puede observar en el cierre regional que se realizó en el municipio de Nezahualcóyotl, en donde el coordinador general del Partido del Trabajo, Oscar González Yáñez dijo que:

El día de ayer hubo más hechos significativos en la campaña del senador Higinio Martínez y de nuestra coalición, uno cuando le tomamos su casa y la plaza al candidatillo del PAN (José Luis Durán Reveles). El otro sucedió por la tarde, hicimos algo histórico para nuestro Estado. En la capital de nuestro Estado hicimos la movilización más importante en la historia de la plaza cívica (Plaza de los mártires en Toluca), la principal plaza de nuestro Estado [...] Sabemos que vamos a ganar por varias razones, hay encuestas que dicen que no vamos a ganar, que el que va a ganar es el PRI. Nosotros decimos que la mejor encuesta es la del día de ayer, ésta es la verdadera encuesta y lo de ayer y hoy nos muestra una cosa, que vamos a ganar, ivamos a hacer que Higinio sea gobernador!.¹⁴

Por su parte Higinio mencionó que durante sus recorridos por el estado de México:

... nos hemos encontrado con miles de ciudadanos, actos jamás realizados para difusión y conocimiento de la opinión pública, nosotros los conocemos. La gente de los municipios, de las regiones; todas ellas salieron valientemente a las marchas, a las plazas cívicas para encontrarse con el

¹³ Entrevista con un señor en la explanada de la presidencia municipal de Naucalpan. Sábado 26 de junio de 1999.

¹⁴ Mitin realizado en la explanada de la presidencia municipal de Nezahualcóyotl. Domingo 27 de junio de 1999.

candidato de ésta coalición, por eso nuestra confianza de ganar el 4 de Julio, por eso nuestra insistencia para con ustedes a que cumplan con su parte, con su obligación cívica, con su obligación ciudadana de acudir el 4 de Julio a las urnas y hacer que gane ésta coalición en Nezahualcóyotl. ¹⁵

Como se puede observar, los mismos actores políticos e incluso los ciudadanos están imbuidos dentro de la lógica de la campaña ¿Por qué la gente no confía en las encuestas siendo que éstas expresaban un posible triunfo del candidato priísta, Arturo Montiel?. Así pues, existe una suerte de autoengaño que se puede explicar a través de la construcción de imaginarios cuando se decía que en las plazas públicas se expresaban "miles de votos" que no podían ser encuestados. Tomando en cuenta la cantidad de gente que hay en un distrito, sobre todo en municipios como Ecatepec donde reside 12.6 por ciento del padrón electoral, es decir, 900 mil 867 ciudadanos, entre otros, y la cantidad de gente que se presentaba en los mitines oscilaba generalmente entre 4 mil y 2 mil; cifra que no proporcionaba ni la mitad del total del número de votantes del municipio.

Para demostrar lo que nuestros actores decían durante el discurso acerca del mitin como indicador de su posible triunfo comicial caía en una percepción imaginaria que se construía a partir de él. A continuación mostramos el desempeño que marcaban las dos coaliciones y un partido de acuerdo a los datos de las encuestas realizada por la revista *Milenio* y el Grupo Editorial Multimédios (GEM) entre 995 ciudadanos del Edomex, considerando los márgenes de error de 2.6 por ciento (con un 95 por ciento de confianza). Además de las encuestas que realizaron diferentes agencias que citamos por ser las más destacadas:

¹⁵ *Ibidem.*

Cuadro 4

PRIMERAS ENCUESTAS PARA GOBERNADOR DEL ESTADO DE MÉXICO ¹⁶

Fecha de levantamiento	Agencia	PAN-PVEM	PRI	PRD-PT
Febrero, 1999	<i>Reforma</i>	28%	47%	25%
Abril 16-18, 1999	<i>Reforma</i>	31%	44%	25%
Abril, 1999	Cita en <i>El Financiero</i> por Jorge Fernández Meléndez	34%	44%	22%
Abril, 1999	Comunicometría	33%	40%	28%
Abril 25, 1999	CEO de la U de G	35%	41%	24%
Mayo, 1999	Comunicometría	36%	40%	25%
Mayo 6-19, 1999	<i>El Universal</i>	28%	43%	29%
Mayo 29-30, 1999	MILENIO-Multimedios	34%	43%	23%

Fuente: Primera Encuesta de la revista MILENIO-Multimedios en el EDOMÉX., 1999.

¹⁶ La revista *Milenio* hace una cita en donde menciona que: " Se consideran sólo las encuestas publicadas a partir de que los partidos nominaron a sus candidatos. Los porcentajes son recalculados sin incluir "indecisos" y "no respuestas", algunas no suman 100 debido al redondeo de decimales". 7 de junio de 1999. pág., 38

Cuadro 5
ENCUESTAS FINALES EN EL ESTADO DE MÉXICO

Agencia	PAN	PRI	PRD	Tamaño de muestra	Margen de error	Fecha de levantamiento	Diferencia PRI-PAN
<i>Alducin/El Universal</i>	26	52	22	1,014	+/- 3.1%	18-23 junio	+26
<i>Reforma</i>	34	43	23	1,325	+/- 2.7%	18-21 junio	+9
MILENIO-Multimedios	39	39	22	1,396	+/- 2.6%	22-23 junio	0
Comunicometría	36	34	30	1,490	+/- 2.5%	20-22 junio	-2

Fuente: Última Encuesta de la revista MILENIO-Multimedios en el Edoméx., 1999.

De cierta manera las encuestas marcan una cierta preferencia del electorado por un partido en especial. Haciendo una comparación de ambos cuadros podemos decir que en las encuestas se expresaba el apoyo de los ciudadanos al candidato del PRI que figuraba como futuro gobernador, pero no el del PRD. Sin embargo, el candidato no creía en los resultados de las diferentes encuestas. En prensa aparecieron algunas declaraciones del candidato a unos días de la elección "De acuerdo a las encuestas sobre preferencias electorales [...] la contienda es cerrada entre las tres fuerza política, y la coalición [...] tiene muchas posibilidades de ganar la elección" (*La Jornada* 23/VI/99. pág. 61)

La tendencia que marcaban las encuestas antes de la elección se volvía evidente: el candidato de la coalición PAN-PVEM expuso un incremento en la intención del voto. El candidato del PRI mostró un ligero pero constante descenso en las preferencias a su favor. La coalición PRD-PT manifestó más un descenso que un ascenso pero siempre se mantuvo en un porcentaje que iba del 22% al 24%.

5. ¿Asociación o disociación?: la relación entre candidato y ciudadano durante el acto discursivo

Podríamos decir que cuando pensamos en un mitin rápidamente lo asociamos con un discurso y con un número considerable de gente que va a escuchar al candidato o ponente. Sin embargo, ¿qué es lo que el candidato y ponente dicen y con qué intención lo dicen?; ¿existe una relación entre lo que el candidato dijo y lo que los ciudadanos esperaban escuchar?; ¿cómo o de qué manera son imaginados los actores políticos por los actores sociales y viceversa?; ¿qué esperan escuchar a través del acto discursivo los ciudadanos que asisten al mitin?; aparentan ser preguntas fáciles de responder, sin embargo; nos orillan a pensar en las expectativas que tenían nuestros diversos agentes sociales. Cada uno, desde su posición (mujer, hombre o joven.) y grupo diferenciado (ama de casa, militante, obrero, entre otros.) en un espacio de acción social como lo es el mitin en donde la estructura del mismo esta diseñado estratégicamente indica los tiempos y quiénes pueden hablar o hacer uso del micrófono para expresar una diversidad de ideas. Éstas pueden o no estar plasmadas en un documento que está diseñado por la parte de logística de la campaña. La exposición es breve y va dirigida a un grupo social en particular y a los medios de comunicación que asisten. Las razones son obvias. No hay suficiente tiempo como para que pasen los ciudadanos a expresar sus problemas más sentidos.

En gran medida, nuestro material etnográfico nos permite reflexionar sobre la construcción imaginaria que no se queda en la "mente" de la gente, sino que se expresa en el campo discursivo¹⁷ y que es un buen medio para descubrir algunos aspectos sobre las relaciones sociales que se construyeron imaginariamente durante y después del mitin.

Al entrar en el ámbito del imaginario hay que considerar una serie de problema. Es necesario advertir que no es nuestro propósito ahondar en esquemas simbólicos -y el campo semántico que representan- ya que esto nos llevaría a cuestionar el papel y la eficacia de éstos con respecto a las representaciones del partido político. Subrayaré dos problemas a los

¹⁷ El campo discursivo es una de múltiples formas desde las normas de conducta hasta la organización social en donde podemos estudiar las estructuras imaginarias.

que nos enfrentaremos y desarrollaremos a lo largo de los siguientes apartados:

- a) El ciudadano imaginado por el partido político y/o candidato, a partir de su grupo social, situación económica, edad, ocupación e incluso género;
- b) el candidato y/o partido imaginado por los ciudadanos.¹⁸

Para poder abordar estos dos problemas consideramos necesario describir la forma en que se llevaron a cabo los últimos mítines observados de los cuales sólo hemos escogido los que se realizaron del 15 de mayo al 30 de junio (termino de la campaña). Estos fueron los más representativos ya que asistió un número considerable de gente, y tuvieron una mayor cobertura periodística: el desarrollo de los mítines, algunos momentos significativos que nos permiten cuestionar la cultura política tanto de los actores sociales como de los actores políticos. En ésta descripción nos interesa cubrir dos grandes aspectos: las características generales de los asistentes y sus modos de comportamiento, y las formas de interacción que establecieron entre sí nuestros diversos agentes sociales a través del acto discursivo.

Partamos del hecho que, de acuerdo a nuestras observaciones, durante el período de trabajo de campo existía mucha variabilidad entre lo que el candidato decía durante el discurso y lo que la gente esperaba escuchar; es decir, no existía una correlación entre candidato-ciudadano o si se prefiere entre emisor -receptor. Por lo tanto, el problema aparece como una cuestión referente al papel del candidato en la transmisión de ideas durante el discurso o "promoción" de su partido. Creemos que de ello depende que se sigan conservando a los simpatizantes y militantes que acuden, en su mayoría, a los mítines tal como lo habíamos mencionado en el capítulo anterior. Hay que aclarar, no vamos a medir la información que emitieron los medios de comunicación, lo que pretendemos hacer es mostrar los elementos que sostienen el supuesto de que el candidato no lograba penetrar en los intereses y expectativas de los ciudadanos a través del discurso. Los problemas que ello conlleva los iremos describiendo a lo largo del presente apartado.

¹⁸ Con fines expositivos, mencionamos la figura del candidato de manera particular aunque no ajena al partido. Para nosotros el partido es una entidad política y el candidato es sólo un representante del mismo. Aunque, de acuerdo a nuestras observaciones la gente hacía referencia a uno para imputar o magnificar al otro y viceversa, sin embargo, lo haremos notar cuando así suceda.

Situémonos en el mitin como escenario, tal como lo habíamos propuesto anteriormente y partamos de la siguiente pregunta: ¿existe una relación o asociación entre lo que el candidato decía durante el discurso y lo que la gente esperaba escuchar? Esta asociación y los problemas que manifiestan son apreciados en razón de las expectativas de cada uno de los actores sociales y políticos, a menudo latentes e imprecisas ya que de acuerdo a cada uno de los municipios que componen al estado de México tuvieron distintas demandas con base en diferentes problemas, necesidades y condiciones materiales.

Hagamos una pausa aquí para aclarar que solamente en ocasiones muy contadas el candidato llevaba un discurso preparado. En nuestra experiencia observamos que en los mítines el candidato hablaba y hablaba para un auditorio no siempre atento. Durante la realización de éste, la gente no hablaba, no podía exponer sus problemas. Situación que creemos que fue un factor que limitó el discurso del candidato a un discurso repetitivo que no se basaba en los problemas más sentidos de la población. En el recorrido por todas las plazas principales del estado no se presentaba un discurso, la lógica que seguía la exposición de ideas era sencilla: Primero tomaba la palabra un representante del comité ejecutivo municipal de la entidad visitada, quien expresaba las carencias de la zona, el apoyo y el trabajo realizado por parte del comité para la campaña del candidato, así como también las irregularidades que se habían presentado hasta ese momento como la visita de algún contendiente o la denuncia de algún delito electoral. Después, el micrófono –como una especie de estafeta– era pasado a algún acompañante del candidato. El discurso lo finalizaba el candidato. Estos oradores se dirigían a la audiencia reunida en las plazas públicas sobre la cual se basaban para hacer reflexiones e incluso afirmaciones muy precipitadas y extremistas que expresaban una amplia asistencia en mítines. En este sentido, se imaginaba al ciudadano con una amplia, voluntad e interés por escuchar y enterarse de las diferentes propuestas de gobierno que presentaba cada uno de los partidos políticos. Pero es importante recordar que una de las principales razones que movían a las personas a asistir o a participar en los mítines era la gestión de algún bien material (sobre esto volveremos en capítulos posteriores) o simplemente eran, en su mayoría, militantes o "acarreados." ¹⁹

¹⁹ Así se le designa a la gente que se le invita al mitin y que es transportada en camionetas o camiones hacia el evento político sin costo alguno y que por lo regular los gastos corren por parte del comité de base u organización política

De esta manera, en el marco del discurso insistiremos en el hecho de que en todos los mítines que presenciamos observamos que la propuesta política del partido realmente no tenía una primacía dentro de la estructura del mismo; incluso en algunas ocasiones se le omitía o se le presentaba de manera *ilusoria*.

Por lo tanto, una de las principales cuestiones radica en establecer y dejar claro cuáles eran las características generales del discurso y qué planteaba el candidato y demás figuras políticas que lo acompañaban en su campaña. Podríamos distinguir cuatro líneas características que resultaron ser comunes a la mayoría de los discursos que se observaron en la etapa etnográfica:

PRIMER CARACTERÍSTICA: Existía una revalorización de todo el pasado, en especial de los caudillos del México independiente y de los indígenas, de sus aspiraciones, de sus luchas y de sus tradiciones. Se subrayaban episodios del pasado como, por ejemplo, la incansable lucha de los pueblos indígenas de donde surgía el esfuerzo de hacer mención a ciertas tradiciones vivas, al territorio y al campesino que no ha escapado del dominio totalitario del cacique. Como ejemplo ilustrativo presentamos la siguiente etnografía realizada en la plaza principal de Jiquipilco:

Se recuerda un mitin donde de acuerdo a la estructura del mitin primero habló un representante del comité ejecutivo municipal quien ante un auditorio de mil quinientas personas hizo referencia a la importancia del maíz a nivel mundial: "...Muchas veces nos preguntamos ¿Cómo se puede restituir la parte buena, del uso del maíz?, observamos la importancia de su uso que como combustible para autos es muy eficiente [...] donde se requiere la voz de los nacionalistas, que rescaten el maíz con el programa atolero.

Una vez finalizado el discurso de este representante del comité municipal, la gente pedía con insistencia la intervención de uno de los acompañantes del candidato. El diputado federal Muñoz Ledo quien expresó la belleza del pueblo de Jiquipilco y que sin lugar a dudas acaparo la mayor parte de aplausos y porras.

"Estamos en un paisaje de México; obsérvenlo bien para darnos cuenta de su inconfundible magia y esplendor". Se abrió un momento de silencio que permitió que ante tal declaración la gente mirará a su alrededor.

La parte de la plaza principal en que se efectuaba el mitin es llamada, desde hace muchos años, por la gente del pueblo como *El morral* por lo que argumento que el nombre del candidato quiere decir: "en *El morral* , si, que lo tenemos en el morral, pero no en el morral del PRI, el de nosotros es un morral pletórico de esperanzas. -exclama- ¡Es un tesoro el morral de Moctezuma, el pueblo es el tesoro de Jiquipilco!". Después de los aplausos y de las porras que en una sola voz entonaban el nombre de aquel orador quien levanto ambos brazos en señal de agradecimiento, prosiguió:

"La gente de aquí es muy luchona, quieren la reactivación del campo por eso hoy, es el día de los pueblos" , la gente con cierta viveza expresaba "de ese tamaño de políticos produce el PRD". Sigue con su discurso:

"estamos en la tierra del maíz, como dicen nuestros antepasados: el hombre está hecho de maíz. El maíz se expresa a lo largo de los siglos, en todas las culturas porque es nuestro alimento de siglos que nos ha conformado por dentro. El maíz, lo he dicho, es el alimento que nos han quitado, lo digo por Hank que en español quiere decir mexicano, pero en Alemán él y sus compadres de maseca." Exclamo "¡Nosotros tenemos programas y no dinero!, ¡que nos duran los Durán , ya montamos a Montiel!".

Agregó que:

"El gobierno descentralizado que acabe con los cacicazgos ancestrales. El sustento de Jiquipilco es el maíz, las artesanías y algunas cuantas actividades que no deben ser dominadas por otros sectores por eso hay que avanzar hacia otros lugares".²⁰

Es notable que las referencias a ciertos hechos o sucesos del pasado ocupen un lugar bastante importante dentro del acto discursivo. La pregunta es ¿Por qué el candidato y figuras políticas que lo acompañaban hacían hincapié en ciertos sucesos históricos? ¿Por qué los consideraban como hechos "significativos"? En nuestras observaciones, los recuerdos ocupan un lugar privilegiado; la grandeza del pueblo indígena era evocada

²⁰ Mitin realizado en la plaza principal de Jiquipilco. Sábado 15 de mayo de 1999.

con nostalgia, casi siempre se hacía referencia tanto a las cualidades como a las actividades artísticas y económicas que desempeñaban los nativos de la comunidad visitada vistas éstas como características que había que cuidar.

Desde nuestra perspectiva, se hace referencia a un pasado imaginario en el que se busca el modelo de líder político, personificado a menudo por figuras políticas del pasado histórico que representaban las antiguas costumbres con la idea de cierta justicia popular como Morelos, Benito Juárez y en este ejemplo cercano a Moctezuma, monarca azteca. A nuestro parecer todos ellos trabajan bajo un mismo denominador, es decir, representan la lucha de un pueblo "oprimido", "hambreado", "robado", "extorsionado", "violado", así como la justicia elemental y la dignidad.

Tomemos otro ejemplo. En un mitin celebrado en la explanada de la presidencia municipal de Naucalpan frente a una audiencia de más de mil doscientas personas un militante minutos antes de la llegada del candidato menciona que:

"Todos estamos de acuerdo en apoyar a los compañeros que están marginados y que han sido pisoteados, que han sido dejados por este municipio —hace referencia al actual gobierno que es contendiente— o sea que dan asco. Ahora es tiempo compañeros de levantarnos en armas como lo hizo Zapata, Villa y otros más, pero nosotros nos vamos a levantar en armas con ese derecho que nos da la constitución, el derecho de ejercer nuestro voto libre y soberano, con nuestra credencial de elector vamos a vencer a esos caciques que no valoran las cosas".²¹

Y es que es así como ellos mismos, como ciudadanos, se construyen una imagen a partir de ciertas características generales que comparten. Por lo tanto, son características que dicho grupo social se da a sí mismo en la actualidad y que seguramente de alguna u otra manera cristalizan los rechazos y esperanzas que viven y experimentan cotidianamente como la marginación en la que viven, la falta de empleos, etc. Observamos otro aspecto, la gente ante tales recordatorios se manifestaba alegre de tal manera que hacían exclamaciones como "¡Así se habla!", "¡Ya no queremos más de lo mismo!". Es evidente que dichos recuerdos de una experiencia que aún persiste, se mezclan con las expectativas de los

²¹ Mitin realizado en la explanada de la presidencia municipal de Naucalpan.

ciudadanos quienes se les imagina ubicados dentro del contexto nacional como un sector socialmente marginado y desprotegido que aún enfrenta la figura del cacique como una persona que ejerce una autoridad abusiva sobre ellos, herencia del período colonial y que se refuerza con las denuncias que hacía el candidato ante la prensa como lo es ésta: "El partido se enfrenta a grupos caciquiles muy fuertes como el de Atlacomulco, encabezado por Carlos Hank González; el de Guadalupe Buendía La Loba en Chimalhuacan, y el de Vicente Coss en Ecatepec." (*La Jornada* 27/IV/99)

SEGUNDA CARACTERÍSTICA: Observamos que existía una tendencia a subrayar la ruptura que representaba la instalación de un "nuevo" gobierno político y social en el estado de México. Nuestros actores políticos durante el discurso proponían una nueva etapa en la que el estado se reafirmaría como una "sociedad justa y racional" superando su subdesarrollo, pero no a partir de programas, sino a partir de la exaltación de la imagen del candidato y de los municipios gobernados por su partido. El siguiente ejemplo así lo ilustra.

En un mitin realizado en la explanada del palacio municipal de Nezahualcóyotl frente a más de 2 ,500 personas un destacado político hace referencia al candidato para decir que:

Vamos a ganar con el único candidato que ha entregado su protesta de gobierno, su declaración patrimonial, el único que quiso dar un debate y que ellos no quisieron, el único candidato honesto y que es el que va a gobernar. "hombre de confianza".

Agregó que:

Aquí en nuestros eventos, en ésta campaña no repartimos despensas ni llevamos acarreados²²

Este último hecho se refuta ya que las calles que rodeaban la explanada del palacio municipal estaban pobladas de por lo menos 50 camiones y microbuses que llevaban, en su mayoría, de 12 a 30 personas en calidad de "acarreadas".

Por otra parte, exaltaba el "buen gobierno" que ha ejecutado en los últimos años el partido en los municipios que se consideraban como

²² Mitin realizado en la explanada de la presidencia municipal de Nezahualcóyotl. Domingo 27 de junio de 1999.

la franja amarilla" por ser territorio gobernado por el partido tal como lo ejemplifica el discurso del candidato en la plaza principal de Ixtapaluca ante un auditorio de más de 450 personas.

Hace dos años ganamos aquí, ya la gente aprendió a luchar, a combatir con coraje y decisión. La vocación de ustedes se ha visto reflejada vocación por la libertad, por la patria, por la justicia.²³

TERCER CARACTERÍSTICA: Durante sus discursos desvalorizaba la imagen del adversario y, muy especialmente invalidaba su legitimidad en donde justificaba moral y jurídicamente sus objetivos: con base en esto proponía no sólo un combate contra el dominio la ideología de los contendientes, sino también y sobre todo, la puesta al desnudo de sus modos de producción y funcionamiento:

Como ejemplo ilustrativo mencionamos un mitin realizado en Apaxco donde el candidato ante más de 900 personas expresó que:

¿Quién gobierna a quién? Creo que no está lo suficientemente claro. Por más de 70 años nos ha engañado. Los azules (los panistas) prometen y prometen y no cumplen. No se demuestra la capacidad de un gobierno porque sólo se hacen algunas obras,... cuál es el apoyo que se le brida al campesino, dónde hay unidades deportivas en donde vayan nuestros niños, nuestros jóvenes; en muchos municipios, en todo el Estado no vemos ninguno.²⁴

Durante el discurso se mencionaban acusaciones en contra de los contendientes calificados como "delitos electorales", es de saberse que durante el desarrollo del proceso electoral el PRD era el partido que más denuncias interponía ante el Instituto Electoral del Estado de México sobre el desempeño de sus contendientes, principalmente por: el empleo de "estrategias clientelares" para obtener el apoyo de los ciudadanos, entre las que se destacaban el reparto de despensas y la realización de rifas que tenían como objetivo "atraer gente a los mítines". Así como la denuncia sobre la venta y compra del voto de los partidos contendientes. Además

²³ Mitin realizado en la plaza principal de Ixtapaluca. Domingo 16 de mayo de 1999.

²⁴ Mitin realizado en la plaza principal de Apaxco. Domingo 30 de mayo de 1999.

de las giras proselitistas del entonces actual gobernador del Estado de México a favor del candidato del partido oficial que a mediados de mayo - en los últimos 15 días- realizó cuatro visitas a la zona oriente. Inauguró calles pavimentadas, entregó cheques a productores agropecuarios e hizo diversas reuniones con el sector empresarial y estudiantil (*La Jornada* 11/VI/99)

Se les decía a los ciudadanos que "reflexionaran" sobre el reparto de despensas que daban los otros dos partidos opositores y se argumentaba que su propuesta política no era atractiva y que tenían la necesidad de "comprar conciencias y voluntades". (*La Jornada* 13/VI/99) Ante tal hecho se les pedía a los asistentes que recibieran todo lo que les diera la oposición, mencionando que se trataban de bienes adquiridos con los recursos económicos generales por la población. Pero a la hora de votar se les pedía que lo hicieran por la coalición. Esta solicitud fue similar a la empleada en las campañas para Jefe de Gobierno en el D.F., donde se utilizó el lema "Cómense la carnada, pero no muerdan el anzuelo".

Otra solicitud que se les pedía a los ciudadanos era que "resistieran" el intento de compra del voto que harían los dos contendientes antes y durante las elecciones argumentando que con ello se evitaría el fraude.

Lo anterior nos hace visible el hecho de que el grupo político aún sigue pensando que tanto el reparto de despensas como la compra de votos tienen cierta efectividad en las decisiones del electorado. De ésta manera el ciudadano se sitúa ante los ojos de los actores políticos como una "mercancía", como una "pieza negociable", por lo que se refuerza la idea de que los ciudadanos carecen de preferencias electorales concretas, poco sujetas a alguna polémica y que, de cierta manera, reflejan una conciencia pasiva aunado a otro aspecto que es la subordinación y el temor del sistema electoral.

Con base en estos factores, el candidato, por su parte, trataba de dar una imagen que se ordenaba por representaciones ligadas a la figura del candidato justo con el fin de remediar "todos" los problemas que aquejan al pueblo y que a la vez conoce de todos sus problemas porque él se consideraba "un candidato salido del pueblo y para el pueblo" que convive y enfrenta los mismos problemas de igual manera que los ciudadanos, por lo que el candidato se representaba y se hacía representar por los medios de comunicación como un candidato carismático: Un ejemplo muy claro lo encontramos en un evento llevado a cabo en la Plaza de los Mártires, Toluca, donde después de un mitin tanto el candidato como una figura política y acompañantes a través de pantallas gigantes que se instalaron en dicha plaza se observó junto con los ciudadanos el encuentro entre dos

grupos de futbol (Atlas y Toluca). Y aunque dicha figura política confesó que el equipo favorito era otro, no importaba ya que en ese momento tomo la bandera de otro partido.

Sin embargo, nos es posible argumentar que dicha imagen que el candidato quería proyectar, fracasó en su intento, realmente porque no convencía a la gente de que él era "un candidato salido del pueblo". Allí no había programas, ni ideas de acción dirigidas a convencer.

CUARTA CARACTERÍSTICA: finalmente, el discurso del candidato y demás oradores se veía tamizado por una serie de promesas. Mencionaban la resolución inmediata de los problemas que aquejaban a la gente que asistía al mitin. Lo cierto es que citaban problemas que ni siquiera tenían una importancia primordial en las necesidades entre los lugareños del municipio que se visitaba. Este hecho se constato en diversas ocasiones. Como ejemplo mencionamos la siguiente etnografía:

En un mitin realizado en el parque la Hormiga, Naucalpan platicamos con un señor de aproximadamente 39 años quien iba acompañado por sus tres hijos y su esposa. Él ha vivido por más de 20 años en aquella región y desde hace cinco años es simpatizante del partido, motivo por el cual asistió a trabajar como empleado en la presidencia municipal, puesto que según le ha permitido ver "los problemas de ésta región más cercanamente" por lo que hace referencia a la *inseguridad* como:

Un problema que ha podido cubrir el actual gobierno del PAN cada rato pasan patrullas. Un problema que si tenemos es el alto costo del transporte público; no es posible que en el D. F no haya subido y aquí en el estado sí.²⁵

Es de saberse que ninguno de los oradores mencionó nada sobre el alto costo del transporte sólo hicieron referencia a los problemas de agua potable y a los altos niveles de delincuencia que existe en aquella región. En ese mismo acto se recuerda que durante el discurso de la presidenta de una organización de colonos la gente un poco fatigada por estar de pie aguantando el intenso calor

²⁵ Platica con un señor en un mitin realizado en el parque La Hormiga. Naucalpan. Domingo 13 de junio de 1999.

empezó a chiflar y a gritar "ya bájenla" ante tal actitud se dio por terminado su discurso. Cuando tocó turno al candidato mientras hablaba del "mal gobierno" que ha presidido aquella región hizo una pregunta que arrojó a la gente —más de 900 personas— sobre sus carencias:

"¿Qué es lo que les hace falta?"

Un grupo de señores que se tapaba el sol con los carteles y demás propaganda del partido gritó con gran insistencia: "Gorras para el sol".

El candidato cuando finalizaba el discurso en un acto de desesperación —así lo calificaban algunos coordinadores del partido— pedía a todos los presentes que: "levanten la mano quienes acepten promover el voto. ¡Hay que defender la democracia hasta la muerte!". La gente respondía a ésta petición de manera alegre y vibrante porque de cierta manera significaba el término del mitin y el regreso a sus casas.

Con base en estas consideraciones, podemos mencionar que tanto el candidato como demás acompañantes de campaña no tenían claro el contexto social, político y económico que presentaba el estado de México.

Hasta aquí es posible argumentar que el discurso del candidato llegó a un punto en el cual se volvía hasta predecible, no cumplía su objetivo que era el de convencer al ciudadano, no lograba tocar los intereses y problemas más sentidos de la gente era un "discurso vacío", carecía de contenido. Aún el propio coordinador de campaña lo llegó a calificar ante la prensa como "un mal orador." (La Jornada 25/VI/99 p.66)

6. Conclusiones

Si bien, a lo largo de este capítulo hemos hecho una construcción del mitin como forma social producida por las relaciones sociales delimitándolo, calificándolo en función de la materialización de relaciones concretas. Por lo tanto, se puede describir como un espacio óptimo en donde las relaciones cotidianas, personales e intergrupales se sintetizan.

Primeramente el mitin es una estrategia política que como ya lo habíamos dicho constituye un método y un instrumento, entre otros, para las

contienda electoral que compete tanto a los partidos políticos como a la sociedad civil.

Desde este punto de vista podemos decir que la realización del mitin tiene una finalidad:

- a) *Reforzar la simpatía de la ciudadanía que asiste o participa en él, es decir no la crea sino que recrea la simpatía o convicción hacia el partido político.*
- b) *Renovar la experiencia de los diferentes actores políticos incluso, la variabilidad relativa en cuanto al número de gente que asistía al mitin significó considerablemente para los ciudadanos como para los actores políticos.*

Hacer "eventos políticos magnos" era importante porque en gran medida eran mitines hechos para la prensa quien los difundía en términos de lo que observaba en las plazas públicas. Sin embargo, a partir de esto cuestionamos el discurso que emitían los diferentes actores políticos en cada mitin.

Si bien, como hemos podido ver se presentó el programa de gobierno en el discurso que en términos generales, contemplaba básicamente los rubros de seguridad pública, finanzas, producción y empleos (abatir el déficit en el empleo), sistema de bienestar social, fortalecimiento municipal y medio ambiente, y vinculación de la ciudadanía con el poder.

Aunque siempre se hacía referencia a la condición social de los ciudadanos, los marcos, el estilo de vida, sus principales necesidades no se logró especificar la manera en que se enfrentarán las dificultades presentes del estado de México. A partir de esto surge un discurso con rasgos repetitivos que se observa en cada mitin que basado en una concepción imaginaria acerca del ciudadano que es transmitido sin lugar a dudas por un lenguaje de gestos o de objetos, así como en el discurso.

Sabemos que en el discurso no encontramos un claro proyecto de gobierno, ya que como habíamos dicho carece de contenido entonces ¿en donde podemos encontrar los verdaderos programas de gobierno? , ¿será que se ha sobreestimado el carácter crítico de los ciudadanos para valorar dichos programas? o simplemente ¿no tienen la suficiente información o conocimiento sobre su sistema político?

Sin embargo es necesario preguntarnos: ¿qué grado de credibilidad tiene el discurso? En este caso nos encontramos con un discurso repetitivo, carente del consenso ciudadano e imprevisto, además de que traduce y esquematiza una estructura poco sólida del partido que desconoce el

contexto actual del estado de México. En resumen, el discurso era pobre, no logró producir una representación colectiva lo suficientemente globalizada y de todo aquello que se relaciona con ella como lo son los problemas e instituciones políticas y sociales.

CAPITULO III. GRADOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

1. INTRODUCCIÓN

A través de nuestra experiencia acumulada en trabajo de campo, hemos podido observar que en los procesos electorales que tuvieron lugar en el estado de México; la gente actuaba de una manera muy especial, cada cual se adhería a un grupo social específico según sus intereses, la situación que encaraba y el papel que desarrollaba dentro de una estructura social. En este sentido, el ciudadano tiene una cierta cultura cívica, es decir, expresa un cierto grado de participación y confianza en el sistema político por lo que coincidimos con Almond y Verba cuando reconocen que pueden influir en la implantación de un sistema democrático y sobre todo si está consciente o conoce sus derechos como ciudadano, haciendo efectiva una ciudadanía ²⁶ que supone una obligación del ciudadano frente al Estado y un derecho que es el de votar.

Así, de manera general, en este capítulo pretendemos mostrar la cultura cívica y la cultura política de los ciudadanos y de los actores políticos. La manera en que estos se organizaron y actuaron de acuerdo a sus intereses personales o de grupo; así como la importancia de la participación de los ciudadanos en los procesos electorales en el estado de México reconociendo que no están exentos de conflictos.

El decir que una persona es simpatizante, apartidaria, indiferente o militante del partido político resultaría a los ojos de algunos como un acto de calificar, etiquetar o encasillar al individuo dentro de un rango o incluso

²⁶ La acepción del término "ciudadanía" es utilizado en este caso como la relación que encontramos entre individuo y Estado regida por normas de derecho; caracterizada por el reconocimiento de un aspecto fundamental que es la participación. La participación se puede manifestar de diversas maneras, pero una de ellas es el ejercicio de los derechos ciudadanos. Resulta importante aclarar que por la polémica disciplinaria con que ha sido abordado y por carácter de nuestro trabajo no retomaremos.

un tipo particular de rango. Tampoco deseamos caer en una irritante ambigüedad producida por el hecho o la idea de que existe toda una gama más extensa de tipos de participaciones e intereses – durante los procesos políticos – que se presentan entre miembros de una unidad mayor como un comité seccional, un grupo o facción del partido.

Sin embargo, lo que nos ocupa aquí es, tanto el hecho de mostrar la dimensión de la cultura cívica del ciudadano común y corriente, como mostrar la situación en la que se encontraba el individuo. Así como la cultura política de los ciudadanos que se integran y participan activamente de una u otra forma en la campaña proselitista. Por ello fue necesario y preciso contar con un criterio objetivo para poder hacer comparaciones en el desarrollo, interés y grado de actividad política del ciudadano. En primer lugar, observamos a los individuos interactuando y desarrollando diversas actividades principalmente dentro del desarrollo de los actos políticos o mítines y fuera de este durante los recorridos con los brigadistas del Sol. Posteriormente analizamos la información que se obtuvo a través de entrevistas abiertas: intereses personales o comunitarios; ideología; historia sobre alguna experiencia en el ámbito de lo político; situación laboral; relaciones sociales de cada informante.

Con base en estos factores se pudo establecer la existencia de cuatro tipos de participación ciudadana que se describirán a lo largo de este capítulo. Posteriormente, expondremos el alto grado de abstencionismo que hubo el día de las votaciones y las posibles razones que lo originaron. Finalmente, proporcionamos algunos datos sobre gastos de campaña en medios electrónicos, la prioridad que tuvo la campaña por televisión el impacto que tuvieron sobre la cultura política de los mexicanos.

Por lo tanto, es importante anotar que existen diversos aspectos -como sentimiento, juicios, opiniones, entre otros- que definen el interés por la participación del ciudadano así como también el sentido que ésta adquiere.

2. El simpatizante por parentesco

En primer lugar, el simpatizante se define como el ciudadano que tiene cierta preferencia hacia un partido político, asiste a algunos eventos políticos para manifestar su apoyo. Sin embargo no recibe ningún pago de tipo monetario o material, o bien, puede recibirlo. Por lo tanto, se

caracteriza por tener una cultura cívica, es decir, su interés y la participación en procesos políticos es mínima.

Así, consideramos importante definir a un simpatizante por parentesco ya que es a través de ésta concepción como podemos comprender gran parte de la organización, las formas de pensamiento y el carácter con que se conforma el partido político.

Desde nuestra perspectiva, el simpatizante por parentesco es aquel que expresa cierta simpatía hacia el partido o alguna figura política y que su integración a este se debe a la persuasión de algún pariente, es decir, por medio de lazos de unión ya establecidos con anterioridad, entre miembros de una familia (lazos de unión entre padres e hijos, y entre parientes más lejanos).

Después de ésta *nota bene*, empezaremos por exponer el caso de la señora Mary a quien consideramos un ejemplo ilustrativo de un simpatizante por parentesco. El lugar del evento fue el municipio de Chimalhuacan (municipio gobernado por el PRI) cerca de la presidencia municipal; se encontraba lleno de "tendederos" que expresaban la coalición PRD-PT.

La mayoría de las personas llevaba un globo de color amarillo sujeto a un palo de madera delgado que traía impresas las siglas del PRD (no expresaban la coalición como tal PRD-PT).

Entre la multitud, una señora de aproximadamente 50 años de edad, doña Mary acompañada por algunos familiares, da instrucciones a sus nietos de que no se vayan a alejar de su lado "porque si no se pierden". Ella se encontraba atrás de toda la multitud que rodeaba el evento, junto a la vaya que se formo con un lazo para la entrada y salida de los que se encontraban en el presidio; vestía una playera amarilla, una falda azul marino y unos zapatos un poco gastados y llenos de polvo que completaban su atuendo.

Doña Mary es una señora que desde hace más de 50 años ha vivido en este municipio de Chimalhuacan y que se ha hecho poseedora de una tres *camiones chimecos*. Asegura que:

... yo antes pertenecía a un comité del PRI, me afiliaron y me prometieron, pero nunca me hicieron caso [...] ahora apoyo a mi yerno, el esposo de mi hija (señala a una chica de 27 años quien se encuentra a su lado sujetando en sus brazos a un

niño pequeño). Él dice que si gana el PRD le dan un buen puesto, no sé de qué, pero es grande; me prometió que si ganaba el partido, él me podía ayudar con todo el material para la construcción de mi casa que es grande, más o menos cuatro lotes.²⁷

Hablando sobre el PRI, la señora Mary mencionó la presencia del candidato del PRI (Arturo Motiel) en Chimalhuacan:

Hace dos semanas estuvo Montiel aquí, regalo despensas y línea blanca como lavadoras, licuadoras y otras cosas, pero de qué sirve si todo se lo repartieron entre ellos mismos, si no eres del partido no te regalan nada; ellos ya saben quienes son.²⁸

Se observa que tanto la señora Mary como el esposo de su hija esperan obtener beneficios a corto plazo de estos procesos electorales. Sin embargo, podríamos pensar en que la preferencia hacia un partido, en este caso, ésta regulada por las "satisfacciones" que da el partido político a sus electores.

Por otro lado, se expresa un elemento importante en la política, que a nuestro parecer son las diversas fuentes de empleo que puede controlar o que detenta el partido político, que incluso puede desembocar en una utilización electoral de la angustia del desempleo. Con tal reflexión, argumentamos que tanto la señora Mary como el esposo de su hija no están dispuestos a estar "con un partido" incondicionalmente.

Otro caso es el de la señora Rosario quien participaba en un comité de base de la UGOCM (Unión General de Obreros y Campesinos de México) que intentaba formar el señor Juan Alvarado y que no paso de ser sólo un proyecto ya que nunca dio inicio a sus actividades; si bien, ella formaba parte de la mesa directiva con la función de secretaria. El papel de secretaria consistía en ayudar al presidente del comité así como llevar un registro de todo lo que se hablara en las juntas semanales que se realizaban.

Sin embargo, el día de las votaciones (4 de julio) ella afirmó que:

Acabo de ir a votar y vote por el PRD porque tengo un familiar que está involucrado en éstas cuestiones

²⁷ Mitin realizado cerca de la Presidencia Municipal de Chimalhuacan, 16 de mayo de 1999.

²⁸ *Ibidem.*

de la política y me invito a un comité del PRD [...] además, hace dos años me di cuenta de que el PRI es una mierda; antes si votaba por ellos porque mi papá era priísta de hueso colorado [...] y desde que empezaron a pintar las bardas de la avenida con el nombre de Higinio ya me caía bien.²⁹

Lo primero que puede apreciarse es que el interés por la política expresa, de una u otra forma, relación directa con una estructura de parentesco. De hecho, creemos necesario cuestionar que, por el tiempo transcurrido, en la actualidad: ¿Es posible hablar de una nueva generación de electores? y si es así ¿Cómo ha cambiado su cultura cívica y política?.

De esta manera, la relación entre individuos emparentados es, ante todo, una relación social y política.

Pasando a otro caso. En un mitin realizado en la explanada de la Presidencia Municipal de Naucalpan (municipio gobernado por el PAN), cerca de 1 200 personas se dan cita en ese lugar. Ante la espera del candidato y de sus acompañantes, un señor de aproximadamente 60 años quien viene de Las Peñas, espera sentado en las orillas del lugar, despreocupado y sin ningún acompañante dice que:

Soy perredísta desde hace mucho tiempo, nunca he pertenecido a ningún otro partido, es feo cambiar de bandera, se siente mal [...] mis hijos y mi mujer también jalan con este partido.³⁰

Lo que salta a simple vista es un compromiso y una postura claramente definida que se expresa en un perfil "perredísta". Si bien, no hay un factor que por sí solo determine o incida de manera decisiva en la simpatía o inclinación hacía un partido.

Así, dentro de este marco, se pueden observar cuatro factores, de acuerdo a las exposiciones de los diferentes actores sociales:

1. Existe una relación clientelar.
2. Estos ciudadanos utilizan los sufragios como mercancía intercambiable.

²⁹ Día de las elecciones a gobernador en el Estado de México. Nezahualcóyotl, 4 de julio de 1999.

³⁰ Mitin realizado en la explanada de la Presidencia Municipal de Naucalpan, 26 de junio de 1999.

3. Es a través de estos lazos y relaciones, tanto individuales como comunales, en que se funda el parentesco en donde se valen, de ésta estructura, los actores sociales para obtener beneficios o "favores" individuales que pueden ser revocables. Además, es en ese ámbito institucional donde el ciudadano discute y hace consideraciones sobre la situación política y económica que está ligada con los partidos políticos.
4. Las preferencias en términos de partido político tienen un perfil de razonamiento menos activo y menos comprometido.

En lo que se refiere a las razones que incitan a los individuos a simpatizar con un partido, creemos que tienen peso las cualidades personales de los actores políticos, es decir, la imagen de Cuauhtémoc Cárdenas visto como hijo del presidente mexicano Lázaro Cárdenas quien impulsó diversas reformas sociales (la reforma agraria); estimuló un proceso de industrialización e impulso la sindicalización obrera y campesina. De cierta manera dichos antecedentes tamizan parte de su carrera como político, es decir, son factores significativos en la preferencia electoral actual. Sabemos que de tras de ésta preferencia existe una construcción histórica que existe a nivel nacional y aunque no pretendemos profundizar en este aspecto que motiva al electorado a votar por cierto candidato o partido político lo mencionamos en la medida en que consideramos que constituye uno de los diversos factores que determinan parte de dicha preferencia electoral.

En este marco, en el mismo lugar, Naucalpan, minutos antes de concluir el discurso que realizaba el candidato dos señores de entre 60 y 70 años de edad, lentamente se alejan de la multitud; consiguen sentarse en la escalinata del palacio municipal. Uno de ellos accede a hablar, expresa su simpatía hacía el partido diciendo que:

He estado con el partido desde que empezó, aproximadamente hace 10 años. Toda mi familia también es peredista [...] recuerdo que antes salía en el periódico, no recuerdo el nombre, una biografía de Lázaro Cárdenas que se publicaba cada semana; me gustaba mucho leerla, nunca me lo perdía. Yo admiraba mucho a don Lázaro Cárdenas y pensaba en aquel entonces que, que bueno hubiera sido un hijo de él para quedar como presidente y seguir su lucha; pero cuando vi a Cuauhtémoc Cárdenas por televisión y me dijeron que ese era su hijo, luego, luego me alegre y dije ahora sí, ya llego otro gallo peleador. Empece a seguir a Cuauhtémoc Cárdenas durante su campaña que hizo para

presidente de México. Yo iba a todos los mítines que podía, en el centro, en Morelos y otros lugares [...] Nunca llegue a hablar con Cárdenas pero sí estuve junto a él. Yo no cambio al partido. ¡Voy a seguir fiel! ¡Voy a seguir aquí!.³¹

Así, la construcción histórica que se hace sobre un personaje político puede ser decisiva en la preferencia hacia un partido.

3. El simpatizante por adhesión provisoria

Hablemos ahora del simpatizante por adhesión provisoria como el personaje(s) que se identifica o guarda cierta preferencia hacia el partido político en situaciones esporádicas, es decir, en situaciones y circunstancias particulares; en este perfil se observa un mayor pragmatismo con el partido así como una orientación afectiva al partido que no se mantiene firme sino que varia, decrece o aumenta dependiendo de las posibilidades de negociaciones. Ciertamente podemos argumentar que existe una cultura cívica que distingue a este tipo de electorado y que se irá demostrando a lo largo de este apartado.

En este sentido podemos hablar de que existe una adhesión al partido que se caracteriza por ser temporal y esporádica que se mantiene, incluso, sólo durante el proceso del acto político o mitin.

Para poder definir y distinguir a este tipo de simpatizante es necesario ubicar su interés, es decir, hacia qué tipo de bienes (materiales o simbólicos) y/o necesidades va encaminada su acción y comportamiento político ya que su situación real, sus principales demandas nos son útiles en la medida en que actúan como una señal o indicador que dispone a los actores sociales a una clase de posición que, generalmente, las encamina a un pragmatismo, es decir, asumen de manera pragmática su participación a favor del partido político que los apoye o solucione de manera total o parcial sus principales necesidades o demandas. Por lo tanto su principal interés gira en torno a las políticas sobre materia económica.

De esta manera, en los mítines se puede observar la presencia de este tipo de simpatizante. Un ejemplo claro es el de un campesino de 47 años

³¹ *Ibidem.*

de edad quien junto con otras seis personas asistió a un mitin realizado en la plaza principal de Ixtláhuaca :

No pertenezco a ningún comité, yo vengo con mis compadres, venimos de Jiquipilco a oír las propuestas de este señor (se refiere al candidato) vamos a ver que nos dice o que nos ofrece [...] Cuando el (candidato) del PRI estuvo en Toluca fui con mis compadres, para ver que ofrecía pero la verdad se ve que dice puras mentiras, siempre dice lo mismo. Nosotros como campesinos necesitamos agua, gallinaza y sobre todo fertilizante que es lo más caro. No hay dinero para comprar nada, el maíz bajó su precio; nos lo están comprando a \$1.40 el kilo. Ahorita le vamos a dar una petición a Higinio para ver si nos atiende.³²

Como se puede observar no hay adhesión a ningún comité, "corriente" o partido político, por lo que contempla abiertamente otras posibilidades u ofertas políticas para solucionar sus problemas laborales. Llama la atención que es un grupo de campesinos, con los mismos intereses quienes económicamente se encuentran en un plano bajo, deplorable que a cada mitin que asisten al finalizar este dan una hoja al candidato en donde se plasman sus demandas más sentidas . En este sentido podemos hablar de grupos con iniciativas de cohesión por similitud de intereses. De esta manera se expresa la necesidad de formar organizaciones o grupos de cohesión horizontales, es decir, la gente se organiza sobre la base de intereses categoriales comunes. Por su parte el partido lo que busca es situar al voto dentro del plano de lo "necesario", es decir, el sufragio como valor que se intercambia tiene sentido al intercambiarse por un bien escaso como la tierra para sembrar, las semillas, los fertilizantes entre otros.

Por otro lado, intuimos que también le dieron una petición al candidato del PRI la cual no ha sido contestada o resuelta de inmediato lo cual expresa un rechazo respecto a la política del partido. En este caso existe una variable importante que nos permite observar las orientaciones afectivas (sobre las consideraciones propiamente de juicio y de opinión sobre la economía y el sistema político) que perciben los actores sociales en las practicas políticas de los partidos.

³² Platica con un señor durante un mitin realizado en Ixtláhuaca de Rayón. Plaza principal. Sábado 12 de junio de 1999.

Un ejemplo que bien puede ilustrar lo que decimos sobre la iniciativa de cohesión por similitud de intereses lo encontramos en un mitin realizado en la plaza principal de Valle de Bravo en donde durante el acto político, un señor de 35 años de edad proveniente de un pueblo aledaño a Valle de Bravo quien se hacía acompañar por 10 personas -todos ellos campesinos- asegura que:

Trabajo en Durango y cada año vengo a ver a mí familia, allá trabajo la tierra, me fui allá porque aquí me era difícil ganar centavos, la vida aquí es difícil todo te lo quieren dar muy caro como si fueras turista, tan solo una consulta al doctor te cuesta \$300 y todo lo indispensable como el papel de baño, la leche y la tortilla te lo dan a precio de oro. El otro día traje aquí a mi hija para comprarle unos zapatos y mejor se quedo sin zapatos porque estaban muy caros. El turismo no nos beneficia a nosotros sólo beneficia a los que tienen un negocio y nosotros no tenemos dinero para poner o vender nada [...] nada más venimos a escuchar la propuesta de este candidato, que nos convenza para que votemos por él. Ya escuchamos al del PRI y al del PAN ahora nos falta él para que podamos hacer una comparación y cuando termine de hablar (el candidato) le vamos a entregar una petición de todos nosotros para que nos ayude con material.³³

Aquí se plantea el marco de participación de estos grupos sociales concretos: si el partido cumple con su "deber" de asumir su responsabilidad de apoyo y también de dar soluciones efectivas a sus principales demandas. El grupo por su parte mantendrá una mayor identificación con el partido.

Por otro lado, es notoria una clara fluctuación de los individuos, es decir, un cambio de adhesión de un partido a otro; no está excluida la posibilidad de fluctuaciones en las que un mismo individuo pase sin más a otro partido en el que ya había estado con anterioridad, no obstante la afirmación de este personaje "ya escuchamos al del PRI y al del PAN ahora nos falta él (se refiere al candidato del PRD) para hacer una comparación."

Dentro de este contexto es importante recalcar que, existen fluctuaciones constantemente de los individuos y grupos sociales concretos de un

³³ Platica con un señor durante un mitin realizado en Valle de Bravo. Plaza principal. Domingo 20 de junio de 1999.

partido político a otro; es más visible observarlas aquí en este tipo de simpatizante. En este proceso no descartamos que en otros tipos de participación no exista dicha fluctuación sino que en el proceso de campaña política algunos aspectos pueden cambiar bastante despacio, mientras que otros cambian más rápidamente, pero el punto clave que hay que tener presente es que dicha adhesión y simpatía hacia el partido político no tiene aspecto definible alguno que sea *absolutamente* fijo. En este sentido hablamos de una orientación, preferencia del electorado que no fluctúa al azar (desordenadamente) sino que está determinada por la capacidad de respuesta o solución a los problemas que tenga el partido político hacia la ciudadanía, es decir, que satisfaga sus necesidades inmediatas.

En el mismo lugar un grupo de 26 personas que se encontraban enfrente del presidio; sostenían una gran manta que expresaba la presencia de la Unión Nacional de Campesinos de Amanalco. Un señor de 62 años que pertenece a dicha Unión expresó que:

Traemos ésta manta para que la vea Higinio y nos ayude en lo que pueda.[...] sinceramente ya estoy harto de que al campesino se le haga a un lado, todas las tierras que eran para sembrar las están comprando para poner casas elegantes o negocios. Somos pocos los campesinos que aún seguimos trabajando la tierra con regularidad, a mí me preocupa que el día de mañana todo mundo tenga mucho dinero pero de qué les va a servir tanto dinero si no vamos a tener qué comprar para comer, [...] nosotros sembramos, maíz, chícharo, papa, todo viene del campo.³⁴

De cierta manera este señor considera que la manta es una forma de petición o demanda; le da cierto peso e importancia al problema del campo y lo justifica como un recurso natural que se está sobreexplotando. Lo importante aquí es señalar que la gente entregaba sus peticiones y demandas al candidato (generalmente así lo hacía, al finalizar el mitin) que no siempre son atendidas y aunque no trataremos de ahondar sobre este tema, son importantes en la medida en que reflejan los diferentes recursos de los partidos. Sin embargo, las podemos concebir simplemente como medios de acción política, a través de las cuales se puede intervenir en el ámbito de lo público.

³⁴ *Idem.*

Por otra parte, en el mitin también encontramos un tipo de ciudadano que se manifiesta de manera individual y no colectiva. Un ejemplo lo encontramos en un mitin realizado en la plaza principal de Tequixquiac. Ante la multitud una señora de 72 años que apenas podía caminar pedía a la gente que la ayudaran a pasar hasta el frente del presidio para ver al candidato. Ella no reconocía al candidato por lo que preguntó: "¿de que partido es este señor, quién es?" una vez respondida la pregunta argumentó:

Vine a esta plaza porque mi comadre me dijo que iba a estar el del PRD. Hice más de una hora de camino de donde yo vivo para acá [...]vine para conocer a este candidato y pedirle que me ayude con dinero para comprar unas medicinas.³⁵

Sin embargo, cabe mencionar que la señora, ante la multitud de gente y viendo la dificultad para poder hacerle su petición al candidato; optó por marcharse antes de que concluyera el acto político. Desde luego, se puede observar una disposición de los ciudadanos por asistir a los mítines lo cual no significa que se interesen plenamente por los asuntos políticos.

Lo importante aquí es mencionar que también existe una participación e interés aunque sea de tipo económico en los asuntos o actividades políticas. Lo claro está en que no le importó el discurso o algún tipo de propaganda. Ella quería establecer una relación de favoritismos personalizado, es decir, crear un vínculo, "de persona a persona" que no fue posible. Lo anterior se puede explicar por las fases de desorganización social en el medio urbano y el bajo grado de participación e interés en los asuntos de gobierno.

Desde este punto de vista, los individuos actúan o se mueven por dos principales líneas: la autónoma o individual y la colectiva, mediante la cual un grupo social concreto se relaciona con el régimen político. Estas relaciones que entabla el ciudadano tienen una orientación fundamentalmente económica. De tal modo que la dualidad individual-colectivo puede entenderse como uno de los principales modos de expresar, durante los procesos electorales, sus demandas y necesidades que surgen en su vida cotidiana e, igualmente, participar en las decisiones de gobierno.

Finalmente consideramos que es importante este tipo de elector ya que dicha actitud aunque no tenga una orientación afectiva hacia el partido o

³⁵ Platica con una señora en un mitin realizado en Tequixquiac. Plaza principal. Domingo 30 de mayo de 1999.

un alto grado de participación, es interesante en la medida en que existe un proceso de retroalimentación que en un futuro podría determinar cierta preferencia hacia el partido dependiendo del grado de atención que tengan sus principales demandas y, la identificación que exista con las políticas sobre materia económica, así como también con las prácticas políticas. Sin embargo, este juicio acerca del perfil político de este ciudadano, es sólo una forma dentro del proceso total del acontecer, que indica cierto grado de participación.

4. El militante

En este apartado sólo nos limitamos a dar una definición del militante para ampliarla posteriormente en el capítulo 3 –"El comité de base"– que describe la cultura política de este. De manera amplia, el militante se define por ser un miembro activo del partido. Se desempeña dentro de un grupo o facción del partido político. Su localización es fácil ya que la mayoría de las veces se le encuentra organizado dentro un grupo de base y forma parte de un comité de la sección.

Aquí hay que aclarar un punto muy importante, para nosotros los militantes no son los diputados, los regidores o cualquier otro individuo que tenga o desempeñe un papel de dirigente ya que este se limita a dar instrucciones, o mejor, es el foco de captación que recibe señales o información que será transmitida a los militantes sobre los cuales descansa la verdadera actividad. Su función es clara, pues, casi siempre asisten a los eventos del partido como mítines, marchas, reuniones, además de participar en la organización de estos, apoyan la difusión de la propaganda e incluso hacen proselitismo político como son las famosas "*Brigadas del Sol*", las cuales definiremos más adelante.

Los comités son de gran importancia ya que es a través de ellos en donde se promueve la participación de una pequeña porción de la población en la vida democrática y es en donde ubicamos la formación del militante. Por tanto, los ciudadanos en su calidad de militantes tienen cierto conocimiento, más que acceso a la información de los actos y programas de gobierno y de los reclamos y de las carencias de las comunidades, principalmente la suya, lo anterior se explica porque tienen un contacto directo con el comité. Por lo que decimos que la cultura política de los militantes se caracteriza por ser participativa, es decir, hay cierto interés

por los asuntos del poder y por supuesto una creciente participación en los procesos electorales.

5. El indiferente

La noción de indiferente es vaga y compleja. El indiferente se caracteriza por tener una cultura cívica específica, en este sentido podemos decir que este tipo de ciudadano es sólo un elector, es menos que un simpatizante y un militante ya que, como hemos visto, en los casos anteriores el elector quien vota en el anonimato de la casilla de manera secreta, no sólo proporciona su voto al partido sino que manifiesta, en la mayoría de los casos, su preferencia política la cual es reconocida.

Por lo tanto, definimos al indiferente como el ciudadano que únicamente pertenece a la comunidad de electores sin pretender ser miembro activo o formar parte de alguna corriente o partido político; sin embargo, no descartamos el hecho de que ya haya pasado en algún momento de su vida por algún comité de base sin que su estancia haya sido prolongada. No se interesa en los asuntos de poder, es decir, no existe una participación plena en la toma de decisiones del gobierno y en ocasiones no ejerce sus derechos políticos a través del voto. Ciertamente, tiene influencia en el ámbito específico del proceso electoral; refleja una conciencia pasiva que emprende y guía las cosas en ese sentido. De tal manera, al hablar sobre este sujeto hacemos referencia a un bajo grado de participación que se ubica entre despolitización o la apatía.

Un ejemplo que bien puede ilustrar tal acercamiento del indiferente es el caso de una señora que durante las visitas domiciliarias de las *Brigadas del Sol* entablo una charla con un brigadista. La señora de más de 30 años vive en la casa de sus padres con sus dos hijas y su marido; la casa se encuentra bastante deteriorada e incluso la fachada muestra un poco de salitre. Ella, al recibir la propaganda del partido responde:

Gracias, pero no me interesa, es lo mismo de lo mismo. Yo ya no creo en ningún partido. Estoy muy decepcionada de todos. Además no tengo tiempo para andar leyendo la propaganda ni para conocer la propuesta de los demás partidos, si no asisto al palacio municipal cuando juntan a la gente, menos voy a leer esto. Y cuando tuve tiempo de andar en estas cosas fue por mi cuñada que era priísta y me metió a un comité en

donde nunca me gestionaron mis problemas; no me bajaron ni un centavo en el pago del predio y el agua. [...] no sé ni siquiera quienes más están aparte de este candidato; es más yo pensé que era de otro partido. [...] ¿Cuándo son las votaciones? (pregunta la señora a la brigadista del partido) para ver si puedo ir a votar [...] Ese día no voy a poder ir porque trabajo los sábados y los domingos y entre semana me dedico a cuidar a mis hijos, a hacer de comer y a lavar la ropa. Mi esposo también trabaja esos días. Los dos nos vamos desde las siete de la mañana y regresamos a las ocho de la noche. Además cuando votamos ya lo hacemos de tin marin y el que caiga.³⁶

En esta cita podemos encontrar varios elementos que permiten ubicar el comportamiento electoral de dicha señora; no busca la información que le permita hacer una valoración de las diversas opciones políticas. De modo tal que, podemos detectar un bajo grado (sí se prefiere nulo) de interés político. La señora no tiene ningún interés por los asuntos políticos, tomando en cuenta que desconoce: la procedencia partidaria del candidato; a los candidatos de oposición; la propuesta política de cada uno de ellos y el día de las votaciones. Por lo tanto podemos afirmar que no hay participación e interés en los procesos electorales donde se aprecia una mayor inclinación por razonamientos menos enérgicos y críticos sobre el sistema político.

Ésta situación es preocupante ya que durante los recorridos seccionales junto con los brigadistas del Sol pudimos comprobar que hay un número grande de gente adulta que hacía preguntas como: "¿De qué partido es este candidato?", "¿Estas elecciones son para gobernador del municipio o del país?" "¿Cómo se llena o tacha la boleta de votación?". Esto permite constatar la ausencia de una tradición de cultura partidaria y una distancia respecto a la vida pública.

Por otro lado, podemos observar cierta decepción o desilusión por parte de la señora hacía los partidos que no le gestionaron sus demandas. Lo anterior lo podemos explicar por el nivel o factor económico bajo y por la rutina doméstica y laboral de los individuos. Por lo tanto, el ciudadano sólo se preocupa por sus necesidades inmediatas lo demás no le interesa.

³⁶ Plática de una señora con una brigadista del partido. Nezahualcóyotl. Calle Juárez. Lunes 31 de mayo de 1999.

En este sentido, nos atrevemos a decir que la simpatía del ciudadano hacía un partido político aumenta cuando aumenta la atención y la ayuda que este le proporciona. Vale decir que dicha atención incrementa la legitimidad del partido. Hay que aclarar que dicha participación se ve afectada y determinada por distintos factores de carácter social, cultural, económico y político que se relacionan e interactúan en diferente grado definiendo el perfil político, preferencias electorales y las razones que mueven e incitan al ciudadano a participar o expresar cierto abstencionismo en el marco de lo político.

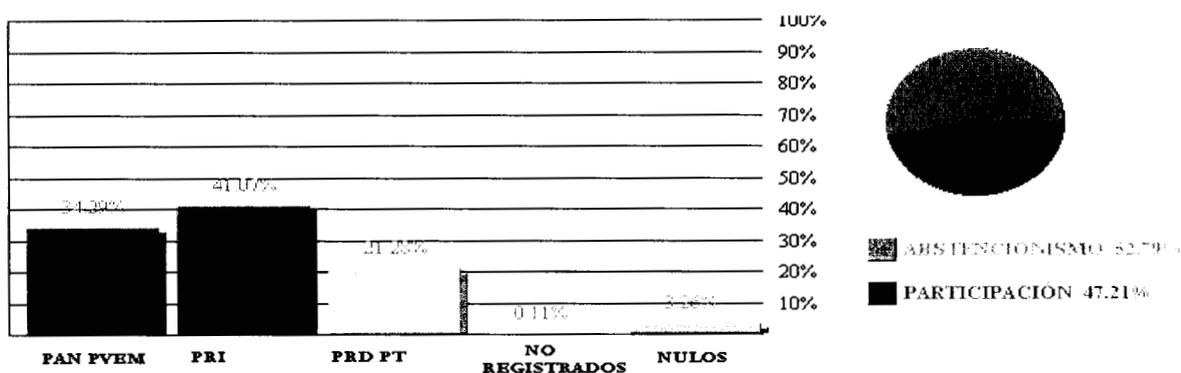
A partir de lo anterior nos parece necesario preguntar ¿Cómo se encuentra ligado o relacionado este tipo de ciudadano al régimen político?

Así, de esta manera, el indiferente omite o emite su voto el cual se caracteriza por ser de escasa determinación, en este sentido estamos hablando de una conciencia pasiva que revela una voluntad declarada de inconformidad ante el mismo régimen político.

Finalmente, para darnos cuenta de la importancia que plantea este tipo de ciudadano, mencionaremos como dato, que durante la jornada del domingo 4 de julio se expresó una escasa participación de los ciudadanos del estado de México ya que se acudió al llamado de las urnas en proporción menor al 50 por ciento.

Cuadro 6

RESULTADOS FINALES DE LA ELECCIÓN A GOBERNADOR DEL ESTADO DE MÉXICO 1999



Fuente: Instituto Federal Electoral, México, IFE, 1999.

De acuerdo al cómputo final de los 45 distritos electorales en total, votaron 3 millones 358 mil 628 mexiquenses y el índice de abstencionismo fue de 52.79 por ciento.

La falta de los ciudadanos de la credencial de elector planteó un serio problema que constatamos con anterioridad al día de los comicios e incluso durante este. El siguiente ejemplo así lo ilustra.

El día de las elecciones, una señora que se encontraba en la esquina de la calle vendiendo tamales y atoles, expresó que:

No me interesa votar por nadie porque todos te dicen lo mismo y te prometen las mismas cosas. Ni siquiera en mi calle o en la escuela de mis hijos ando echando grilla, simplemente no me gusta andar de grillera mucho menos voy a ir a votar. Además, hace poco se me perdió la credencial de elector y casi no puedes hacer nada sin ella porque para todo te la piden, ya se volvió algo así como tu acta de nacimiento y eso es un poco molesto porque hasta parece que el gobierno nada más te anda midiendo los pasos.³⁷

Así pues, la señora expresó cierto rechazo e inconformidad ante lo que en determinado momento podría representar lo impuesto a partir del marco jurídico: la credencial de elector. Igual que en el caso anterior, la señora no tiene interés de participar en los comicios, está decepcionada, no hay una aceptación plena de la esencia democrática del régimen; cree que el acto de ir a votar es sinónimo de andar grillando. No participa en ningún ámbito o en el lugar y con la gente que frecuenta.

De acuerdo a los datos proporcionados por la Fundación Rosenblueth que realizó una primera encuesta de opinión levantada entre el 15 y 17 de enero de 1999, en donde se entrevistaron a 1,200 hombres y mujeres de 22 municipios. Los resultados se dieron a conocer a través de los Servicios de tecnología e información estratégica SESTRA:

³⁷ Platica con una señora el día de las elecciones a gobernador en el estado de México. Nezahualcóyotl. Domingo 4 de julio de 1999.

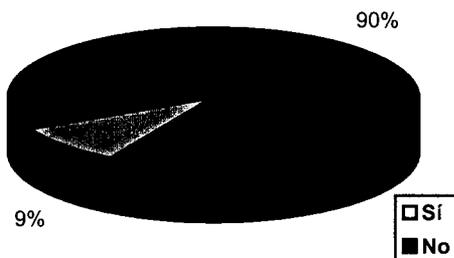
Cuadro 7

POBLACIÓN QUE CUENTA CON CREDENCIAL DE ELECTOR

	Norte	Norponiente	Oriente Urbano	Valle de Toluca	Sur	Estado
Sí	56%	89%	96%	89%	72%	90%
No	44%	11%	3%	11%	28%	9%

FUENTE: Servicios de tecnología e información estratégica. Estado de México: preferencias electorales al fin de la campaña., México, SESTRA, 1999.

Población que cuenta con credencial de elector



Con base en los datos que se expresan en el *cuadro 7* podemos observar gráficamente que es un alto número de ciudadanos, el 90% que no contaba con su credencial de elector al día de las elecciones. Este problema también se presentó en prensa. Más cercano al día de las elecciones. El viernes 2 de julio de 1999 el periódico *La Jornada* presentó los datos de una entrevista efectuada al director ejecutivo del Registro Federal de Electores (RFE) del Instituto Federal de Electores (IFE) en donde se mencionó que:

... de los 7 millones 491 mil 284 electores registrados, 177 mil 577 no estarían en posibilidades de emitir su sufragio (representan el 3 por ciento de los electores) en las 12 mil 977 casillas que se instalarán en los 45 distritos electorales 'principalmente porque extraviaron su credencial de elector' [...] hay 300 mil mexiquenses en edad de votar que aún no se han registrado como electores, que representan 4.6 por ciento del total de habitantes con derecho de elegir a sus gobernantes.³⁸

³⁸ *La Jornada*, viernes 2 de julio de 1999, pág., 64.

Pues bien el panorama que pintarían las elecciones en el estado de México ya se preveía. El problema del abstencionismo que se mostró el día de las elecciones abarca tanto a ciudadanos indecisos e indiferentes que a través de la omisión de su voto expresaron su postura y juicio ante y sobre el sistema político.

En este sentido, las elecciones constituyen tan sólo el fin de un largo proceso político que permite observar en su mayor esplendor los conflictos dentro de instituciones y normas aceptadas socialmente (la aprobación o rechazo del uso de la credencial de elector como identificación), es decir, de la legalidad y el consenso.

6. Algunos elementos para reflexionar la cultura política de los ciudadanos y del partido político: la aparición en escena de los medios electrónicos

A lo largo de los últimos meses de campaña (mayo, junio y julio) los medios de comunicación ganaron terreno en ella. Es preciso aclarar que no pretendemos hacer un análisis de la campaña que se realizó en los medios de comunicación, simplemente los mencionamos con el fin de arrojar un poco de luz sobre el modo en que se busca conservar cierto control sobre los medios de comunicación y la información que, si bien son otros tantos instrumentos de persuasión, de presión, de inculcación de valores y creencias que inciden en la cultura política de los mexiquenses, entonces ¿cuál es el papel que están adoptando los medios de comunicación en pleno siglo XX y a un paso del XXI?

Para empezar hay que aceptar la propuesta de que la información que emiten los medios de comunicación llega de una manera continua, varias veces por día y engloba a un gran número de personas y que toca todos los ámbitos de la vida social. Es preocupante el hecho que el estado de México con sus 13 millones de habitantes y 7.5 millones de votantes de los cuales 80 por ciento se entere de lo que pasa a través de la televisión (*La Jornada* 27/VI/99).

¿Será por eso que los partidos le dan más prioridad a su campaña en los medios electrónicos y un tanto más a la propaganda proselitista? A partir del 15 de mayo comenzó una "segunda etapa" de la campaña de la coalición designada "estrategia especial" que consistió en reforzar la imagen del candidato en los medios de comunicación, tomando en cuenta que un anuncio de 20 segundos por televisión costaba 250 mil pesos. Un dato importante es que la coalición pensaba gastar cerca de 60 por ciento

de los 100 millones de pesos que se planeaba utilizar -el tope legal- para la campaña proselitista (*La Jornada* 19/V/99). Esto se constató con los datos proporcionados por el portavoz de un periódico quincenal que circula en Naucalpan:

El partido contrató más de 70 anuncios espectaculares con un costo de un millón 50 mil pesos; gallardetes con un costo de mil 500 pesos diarios; "pasacalles" que se colocan unos dos mil diarios y han gastado hasta hoy en eso un poco más de 370 mil pesos.³⁹

Dentro del marco de la propaganda podemos incluir las famosas pintas de bardas que por supuesto eran desde las bardas extensas de algún terreno baldío, de algún parque hasta la fachada de alguna casa; Análogamente fungían como un anuncio espectacular que señalaba con letras grandes el nombre y apellido del candidato, la fecha del día de la elección y la organización o facción del partido que se había encargado de poner el "anuncio". Estas famosas "pintas" se caracterizaban por tener en raras ocasiones, alguna frase como: "somos mayoría", lema que como recordaremos la coalición asumió durante toda su campaña. Desde nuestro punto de vista estas "pintas" formaban parte importante de la propaganda que se encargaba de circular información acerca de "las próximas elecciones" y quienes contendían por el puesto a gobernador del Edomés.

Podríamos pensar que estos son una forma más de transmitir conocimientos a los ciudadanos acerca de cuestiones específicas de los procesos electorales como: quiénes son los diferentes candidatos; cuáles son los diferentes partidos que se disputan la gubernatura y cuándo son las elecciones. En muchas ocasiones durante los recorridos junto con los *Brigadistas del Sol* nos dimos cuenta de que mucha gente desconocía la fecha de la elección e incluso también desconocía el partido al cual pertenecían los candidatos. En este sentido los ciudadanos votan por los candidatos y no por los partidos. Lo cierto es que la gente no se inclina por proyectos de gobierno. Entonces, estaríamos pensando en las razones que mueven a la gente a votar por cierto candidato se inclinan más hacia las cualidades personales del candidato como la honradez y la honestidad. "Se vende carisma, los candidatos se ponen a la venta" decía un

³⁹ Plática con un periodista. Toluca. Sábado 12 de junio de 1999.

coordinador de campaña cuando hacía referencia a la campaña en los medios de comunicación. Cierta comentario no era para menos ya que el candidato, en una primera etapa de su campaña en los medios estuvo a cargo de una firma reconocida que se dedica a hacer los comerciales de una empresa refresquera reconocida a nivel mundial. La mercadotecnia política se difundió en canales de televisión nacionales constatando el hecho de que estamos ante el bombardeo de imágenes, lemas y *jingles*. Y es que los medios se han vuelto una forma legítima de llegar a ese sector del electorado que se caracteriza por tener un bajo grado de interés en cuanto a la estructura y funcionamiento de su sistema político. Por ejemplo, el día de las elecciones (4/VII/99) una señora que acababa de votar mencionó irónicamente el hecho de que " gracias a que veo la televisión conocí a los tres candidatos ".⁴⁰

Ciertamente, habría que evaluar el grado de eficacia de los medios electrónicos. Tal vez, estamos frente a y una nueva cultura política y por lo tanto ¿podemos hablar de una cultura política en recomposición o en crisis?, ¿cuál es el impacto que pueden tener los medios electrónicos sobre la cultura política de los ciudadanos?

7. Conclusiones

Cabe reconocer que dentro del mosaico urbano que presenta el estado de México debe advertirse que el ciudadano está expuesto a la heterogeneidad de la ciudad y que se mueve a través de la relación que construye entre grupos e individuos, tal parece que llegan a aceptar la inestabilidad y la inseguridad como normales; situación que hace una sofisticación y cosmopolitismo que caracteriza a los ciudadanos. Por lo anterior, ningún grupo tiene su lealtad completa, es decir, los individuos difícilmente escapan a las presiones persuasivas y al bombardeo de ofertas que hacen los diferentes partidos políticos; se hacen partícipes de diferentes grupos, los cuales se tocan de diversa manera. El paso por muchos comités aunque sean de un mismo partido, el paso de un partido político a otro e intereses durante el período de campaña, son factores que mantienen al ciudadano en un estado de inestabilidad. Pero a pesar de toda su movilidad no puede adquirir una visión general de la complejidad de su sistema político. Por tanto, con base en éstas razones

⁴⁰ Platica con una señora. Nezahualcóyotl. Distrito XXXII. Domingo 4 de julio de 1999.

decimos que el comportamiento del ciudadano suele tornarse impredecible.

Así, de ésta forma consideramos que las relaciones sociales entre los diferentes grupos o individuos que observamos en ésta campaña electoral se disfrazan bajo una relación clientelar propiamente dicha que tanto actores sociales y políticos y que más adelante se irán demostrando, por el momento mencionamos que la importancia del voto gira en torno a una manifestación tanto de actores sociales como políticos sobre el reconocimiento y la voluntad de preservar una situación que se considera favorable.

Para nosotros una relación clientelar es una relación de ventajas mutuas en donde existe una desigualdad entre los diferentes participantes, o también, una especie de contrato no necesariamente plasmado en un documento o acta que supone obligaciones recíprocas entre individuos de posición socio-económica desigual.

En este marco, es importante aclarar que los actores sociales no concibieron de ésta manera la relación que entablaron con los actores político. Para ellos es un simple juego de reciprocidad "que me de algo para que yo le de mi voto", forma parte de su cultura política.

Las presiones económicas, físicas o de cualquier otro carácter ya sean directas o indirectas y generosidades preelectorales individuales vienen a sustituir estos medio legítimos de influencia.

Un caso que bien podría ilustrar lo que decimos acerca de las presiones ejercidas sobre el ciudadano para la obtención del voto lo encontramos en el municipio de Chimalhuacan gobernado por el PRI, donde Guadalupe Buendía, alias "La Loba" se encarga de "convencer" a los ciudadanos de votar por el PRI.

En el mes de Mayo se publicó una denuncia en el periódico *El universal* hecha por el diputado federal del PRD José Luis García Cortés quien inculpa a "La Loba" por delito electoral cometido el 6 de Julio de 1997:

Entre los lugartenientes de "La Loba" involucrados en los delitos figuran Margarita Preisser "La Hienna", Hugo Herrera Buendía (hijo de "La Loba") y otras ocho personas más, quienes supuestamente operaron y manejaron diferentes grupos de colonos para robarse las urnas y quemaron boletas durante las elecciones federales de 1997, para evitar que

perdiera la diputación el priista, Eduardo Avendaño, pero los resultados fueron a favor del PRD.⁴¹

Desde ésta perspectiva, consideramos que el mitin es una estrategia política contenedora de diferentes fenómenos que se gestan en su interior, que salen a la luz en forma de relaciones concretas tamizadas por nuevas técnicas electorales –si así se le puede llamar a ese control clientelar – que también son vistas como estrategias políticas y que son adoptadas de manera cada vez más generalizada.

Estas técnicas son muy conocidas tanto por los ciudadanos como por los actores políticos e incluso pareciera ser un juego en donde cada uno sabe el papel que le toca jugar. Ciertamente es un juego que es llevado a la práctica y que en todos los procesos electorales se hace más visible debido a la competencia partidaria que sitúa al elector frente a todas las posibilidades y ofertas que cada partido le presenta.

Por lo tanto la mayoría de los ciudadanos participa mediante el voto.

En este contexto, podemos ver que el mitin está destinado a cumplir un objetivo que es el de promover el voto que a su vez presenta fenómenos clientelistas ⁴² que se hacen posibles por las relaciones sociales que se entablan en torno al voto como valor intercambiable.

⁴¹ Lázaro, Juan. "Se ampara La Loba por delito electoral." *El universal*. Domingo 30 de mayo de 1999. p. 4

⁴² Por ejemplo: las mismas relaciones sociales que se entablan alrededor del voto durante la campaña política y la situación que se deriva de esta relación; son considerados fenómenos clientelistas que en su debido momento iremos exponiendo.

CAPÍTULO IV. EL COMITÉ DE BASE

1. INTRODUCCIÓN

El comité no es una institución eventual que tiene el mismo tiempo de vida que la campaña proselitista, es decir, es una institución permanente en donde siempre hay un cierto grado de actividad que no siempre es la misma, varía por lo tanto se puede explicar a razón de las diferentes temporadas. En el período de elecciones la actividad se intensifica y se reduce considerablemente en el intervalo de éstas.

En el presente capítulo describiremos la cultura política de los militantes y de los ciudadanos reclutados en las *Brigadas del Sol*. La relación entre ambos se remite a un referente espacial que es el comité de base en donde durante el periodo de nuestro estudio de campo identificamos cierta temporalidad de la actividad del comité. Por lo tanto y para fines expositivos distinguiremos una primera fase que es cuando hay un bajo grado de actividad política mientras que en la segunda fase hay una mayor efervescencia o actividad en el comité. Se mostrará el paso de la primera fase a la segunda y en ésta última demostraremos cómo dicho incremento de la actividad política se relaciona a su vez con la aproximación del día de las elecciones y la aparición de las *Brigadas del Sol* y cómo a su vez dichos factores reflejan la estructura política y social que adopto el comité de base.

A lo largo del capítulo se hará referencia a la organización social del comité de base, se analizará un caso que se sitúa en ciudad Nezahualcóyotl con el que ilustraremos las características significativas de los militantes y los ciudadanos. Así como la amable anarquía que se expresó en el comité de base durante la segunda fase sin tendencias a convertirse en un peligroso desorden ya que convivían militantes de tres facciones: la Unión General de Obreros y Campesinos de México (UGOCCM), el Movimiento Vida Digna (MOVIDIG) y el Movimiento Social Demócrata (MSD); que se caracterizaron por estar bajo una disciplina que se sustentó en una cultura política clientelar.

Hablaremos sobre la coordinación y los "operativos" que se montaron con la ayuda de los brigadistas del Sol para el día de las elecciones y de cómo procedieron estos.

Por último, haremos referencia al panorama electoral en la zona oriente del estado de México al cual pertenece el municipio de Nezahualcóyotl. De acuerdo a los cómputos oficiales del IEEM haremos una comparación de las elecciones federales de 1997 y las elecciones del 4 de julio para demostrar la caída drástica del cincuenta por ciento que sufrió la presencia del PRD en dicha zona.

2. Primera fase: menor actividad

La primera fase del comité de base se define a partir del término de una campaña proselitista, junto con las elecciones. Es un corto período lleno de incertidumbre respecto a lo que sucederá quizás en unos cuantos días, surgen preguntas como "¿a quién vamos a apoyar ahora?". La actividad se reduce a tal grado que la única actividad proselitista que se realiza va encaminada a "promover" el mismo comité de base dentro de la sección electoral en que este se ubica.

De acuerdo a nuestra experiencia de campo nos es posible hacer referencia a un período post- electoral en el comité de base ya que tuvimos la suerte de convivir durante tres semanas con los integrantes de dos comités de base ubicados en ciudad Nezahualcóyotl; uno afiliado a la UGOCM y otro al MOVIDIG.

La primer pregunta que surge es ¿cuáles son las actividades que desarrolla el comité de base durante ésta primera fase?

Encontramos cierta similitud en las actividades que desarrollaban tanto el comité de la UGOCM como el del MOVIDIG. Ambos se dedican a dar "abasto popular". Cabe aclarar que no todos los comités de base dan abasto a las colonias populares, este "servicio" es solicitado a la Coordinadora General de la facción quien de acuerdo a diversos criterios como la antigüedad de este y su "buen desempeño" lo proporciona por medio de un camión o camioneta que en su exterior porta un rotulo que expresa con letras grandes de la facción y con un alta voz va convocando a la gente a que se acerque a comprar "productos de primera calidad y a bajo costo". El comité por medio de sus militantes se dedica a promover e "invitar" a la gente de la colonia que vive alrededor de éste y a través de volantes del tamaño media carta que anuncian la hora y el lugar en el cual

se efectuaría la venta de los productos que llevan por encabezado frases como: "¡A ahorrar se ha dicho! , ¡Economiza y aprovecha al máximo el gasto familiar!". Además del símbolo representado a la facción del partido y un listado que no sobrepasa más de 60 productos que se venden en dicho "abasto popular" como: aceite, jabón de polvo y de pasta, café, azúcar, leche, huevo, cereales, entre otros productos. Sin contar una despensa de verduras que pesa 7 kg. con un valor de \$6 pesos que en comparación con los precios del supermercado sólo baja de \$1 a \$2 pesos.

Dicho volante era proporcionado por el mismo comité de abasto al militante, a cada uno se le daba alrededor de un ciento cada mes. Formalmente, ellos tenían que repartirlo entre "sus conocidos" como parientes, amigos, vecinos o personas que vivieran cerca del punto de abasto; pero en la práctica sólo unos cuantos militantes alcanzaban a repartir un promedio de 20 volantes durante el mes.

De ahí, que el volante resulta insuficiente para convocar a la gente. El componente adicional necesario incluía todo el ingenio del militante para convencer al amigo, vecino o pariente de la localidad para asistir al centro de abasto, quién de manera personal y aconsejado por el presidente de su comité persuadía de manera verbal a la gente.

Un ejemplo, se expresa en un día común para la señora Rosario, ama de casa quien de Lunes a Viernes, con la obligación de llevar a sus dos hijos a la escuela primaria empieza su rutina matinal. Durante su recorrido no es raro que se encuentre a una que otra vecina quien le confiesa la "poquedad" del gasto familiar para seguir comprando "el mandado", la señora Rosario no deja pasar la oportunidad y ante ésta declaración le menciona el lugar y la hora en que se lleva a cabo el abasto popular dándole un listado de los productos que puede adquirir a bajo costo sin dejar de hacer referencia al MOVIDIG .

La verdad es que dichos productos de primera necesidad se encontraban al mismo precio en el comité de abasto que en el supermercado a excepción de la bolsa de verduras; este hecho no pasaba desapercibido para muchas amas de casa quienes sólo veían el ahorro de su "gasto" en la bolsa de verduras.

La composición social del comité es la siguiente: no son más de 20 personas aunque siempre existe la disposición de aumentar el número de estos. Se definen por ser amas de casa en su mayoría que rebasan los 30 años de edad y tienen más de tres hijos; sólo algunas asisten con sus esposos quienes se dedican al comercio informal o desarrollan algún oficio. Por último, señores pensionados o jubilados.

Existe una estructura social básica en el comité que es sencilla:

- El presidente del comité: proporciona la casa para realizar las juntas, asiste semanalmente a las juntas que realiza la coordinadora general de la facción en donde presenta las demandas más sentidas de los miembros del comité.
- El secretario lleva un registro de los que asisten a las juntas del comité y de lo que se discute en ellas. Prepara una orden del día definiendo los puntos a tratar.
- El encargado de propaganda: se encarga de recoger en el Comité Ejecutivo Municipal del partido volantes, revistas o folletos que contiene información como actividades del presidente municipal, servicios que presta el municipio, que se emiten mensualmente.
- El encargado de afiliación: Proporciona una credencial a todos los integrantes del comité familiares: amigos o vecinos que acredita ser miembro de la facción del partido.

Las reuniones se efectúan una vez por semana en horarios de la tarde. Las conversaciones giran en torno a la política, se comentan las noticias vistas en televisión y periódicos, se informa sobre algunos problemas de la colonia así como de las actividades del partido y muy en especial de la facción. Las personas que asisten con regularidad a las juntas tienen derecho a gestionar algún tipo de ayuda legal o sólo material de construcción. Dicha gestión pasa primero por el presidente del comité quien lo presenta ante su facción para que este lo oriente a alguna oficina administrativa que se ubica en el palacio municipal. En el caso del MOVIDIG, por lo regular proporcionaba a cada miembro del comité material de construcción como laminas de asbesto o un bulto de cemento una o dos veces por mes. En el caso de la UGOCM los tramites legales se realizaban a tres semanas después de haberse gestionado y tenían un bajo costo, en algunas ocasiones ni siquiera se pagaba nada. Entre otras cosas, los integrantes del comité también gestionan algunas lámparas, pavimentación, falta de vigilancia, que benefician a la colonia en general. En este sentido, consideramos que la estrategia del comité de base se articula bajo objetivos de carácter clientelar.

La persona que abandona el comité o no cumple con la tarea que se le asigna como repartir volantes o asistir a algún acto político de la facción simplemente se le deja de dar ayuda o de gestionar sus problemas. Se utilizan mecanismos de control y coerción que obligan a la gente a realizar y cumplir con las actividades del comité como la famosa lista de asistencia que da testimonio del compromiso, del "apoyo" de los integrantes en los

eventos magnos del partido político. El partido por su lado inicia la negociación con miras a responder a las demandas de servicios. Por ejemplo, para que los diversos comités de base obtengan la ayuda necesaria para formarse y sostenerse como tales, la UGOCM obliga a los diversos comités afiliados a esta a asistir a las juntas semanales de coordinadores y a participar en la organización de futuros eventos políticos del propio partido. A los comités que no asisten frecuentemente se les retira la ayuda.

3. Segunda fase: mayor actividad

Lo que denominamos como la segunda fase del comité sea cual sea su categoría, municipal o seccional; se define por hacer manifiesta cierta actividad que aumenta gradualmente conforme se aproxima el día de las elecciones y nos atreveríamos a decir que dicha actividad proselitista dentro del comité aumenta y se vincula de cierta manera a la planeación de las *Brigadas del Sol*, es decir, las brigadas preparan al comité para desarrollar mayor actividad, y a la vez se van precisando las ideas y la organización que debe regir al comité.

De esta manera, lo que nos ocupará en los siguientes apartados de este capítulo será describir el proceso de organización y desarrollo así como el carácter que revistió al comité del partido durante la jornada de campaña política, en especial, el Comité Ejecutivo Municipal de Texcoco, la casa de campaña de ciudad Nezahualcóyotl y un comité de base que se ubica en este último municipio.

A. Conformación de las *Brigadas del Sol*

El observar las características propias de las *Brigadas del Sol* es importante porque:

- Constituyen parte de un sistema organizado de actividades proselitistas llamado comité de base a quien, como cuerpo organizativo le interesa la formación de las brigadas con una temática relativa al proceso de "convencimiento" al ciudadano y protección del voto.

- Unen temporalmente tanto a simpatizantes como a militantes pertenecientes a diferentes facciones del partido en una tarea cooperativa.

A principios del mes de mayo el candidato informó a la prensa (*La Jornada* 19/V/99 pág. 59) el inicio de una segunda etapa que consistió en llevar a cabo una "estrategia especial", con la colaboración de las *Brigadas del Sol* que estuvieron a cargo del ex dirigente nacional del PRD, Andrés Manuel López Obrador. Alrededor de 6 mil brigadistas comenzaron a trabajar en 27 municipios con alta concentración poblacional, tanto de la zona conurbada con el D.F como en el Valle de Toluca:

Cuadro 8

MUNICIPIOS EN DONDE SE IMPLEMENTO EL PROGAMA *BRIGADAS DEL SOL*

1	Nezahualcóyotl	8	Toluca	15	Ixtapaluca	22	Cuautitlan Izcalli
2	Chimalhuacán	9	Nicolás Romero	16	Los Reyes La Paz	23	Valle de Chalco
3	Texcoco	10	Chicoloapan	17	Naucalpan de Juárez	24	Chalco
4	Acolman	11	Atenco	18	Tepetlixpa	25	Otumba
5	Tlanepantla	12	Ecatepec	19	Teotihuacan	26	Atizapan de Zaragoza
6	Naucalpan	13	Amecameca	20	Atlautla	27	Zumpango
7	Tultitlan	14	Tlalmanalco	21	Cuautitlan		

Es de saberse que dicha "estrategia especial" tuvo su aparición en escena un poco tarde ya que según un militante del partido:

Las *Brigadas del Sol* debieron haber comenzado a trabajar en las diferentes secciones electorales desde la primera quincena de mayo. A horita apenas y se están integrando, en algunos municipios no se sabe quienes van a ser los coordinadores de cada grupo de brigadistas. La culpa la tiene el CEN del partido (Comité Estatal Nacional) porque nos manda los recursos un poco tarde y ya sabes que sin dinero no se puede hacer ni pío.

En ocasiones como ésta tenemos que poner de nuestro dinero por mientras que llega la ayuda.⁴³

Este hecho se confirma en el municipio de Texcoco donde el Comité Ejecutivo Estatal junto con el Comité Ejecutivo Nacional (CEN) convocaron a todas las regiones de ésta zona a una junta preparatoria que se realizó en el Comité Ejecutivo de Texcoco el 22 de Abril, que estuvo dirigida por diversos coordinadores estatales y distritales, además de tres diputados federales. El motivo de la reunión fue dar información de la coordinadora estatal y distrital sobre la conformación de las *Brigadas del Sol*. Sólo cinco regiones asistieron: Chiautla, San Juan, Atenco, Papalotla y Texcoco.

En tal reunión el representante del coordinador estatal de las *Brigadas del Sol* mencionó que:

Me interesa mucho que estén todos aquí reunidos ya que se trata de la conformación de las *Brigadas del Sol*, esto es, definir quiénes van a ser los representantes, nuestros responsables para cada una de las secciones que conforman este distrito para que se integren al programa de las *Brigadas del Sol* [...] el trabajo nuestro es ver que los mejores de nuestro compañeros y compañeras estén al frente de cada una de las secciones para promover la candidatura y además integrar estas *Brigadas del Sol* de manera plural [...] donde estén todos los compañeros juntos con todas las expresiones o todos los grupos de apoyo. El fin es que todos estemos integrados a las brigadas y las saquemos adelante.⁴⁴

Como revela este ejemplo, por un lado, existe una latente preocupación por saber quiénes integraran o dirigirán las brigadas de cada sección electoral. Lo importante aquí es observar que la responsabilidad de asumir un cargo descansa sólo en algunas personas de "confianza" que son militantes en quien se cree que proporcionarán resultados satisfactorios al partido. Por lo tanto, las personas que están al frente y coordinan las brigadas son militantes que ya han participado en algunas otras actividades con el partido, que tienen cierta experiencia además de ser

⁴³ Platica con un coordinador. Comité Ejecutivo Municipal de Nezahualcóyotl. Martes 11 de mayo de 1999.

⁴⁴ Reunión del Comité Ejecutivo Nacional con los comités de base. Texcoco. Jueves 22 de abril de 1999.

conocidos por la mayoría de los miembros de su grupo político. Si bien, todo esto va enfocado hacia un camino con miras a alimentar y mantener la misma estructura del partido. Por otro lado, podemos observar que se alude a una "pluralidad" para integrar las brigadas "donde estén todas... las expresiones..." Más que ser una actividad en la que participan personas de casi todas las facciones del partido, es una red de relaciones de individuos y grupo de individuos que lleva a la formación de nuevos lazos, es decir, se conoce y se convive con los ciudadanos al igual que con los militantes y simpatizantes del partido y que a nuestro modo de ver es uno de tantos aspectos por descubrir que mantiene la estructura del partido.

Dicha pluralidad la podemos observar en un segundo caso: en la casa de campaña de ciudad Nezahualcóyotl en donde a mediados del mes de abril se empezó a invitar a las facciones del partido entre ellas: la Unión General de Obreros y Campesinos de México (UGOCM), Movimiento Social Demócrata (MSD), la Unión Popular Revolucionaria Emiliano Zapata (UPREZ), Movimiento Vida Digna (MOVIDIG) para que cada una, desde su posición proporcionaran un número ilimitado de militantes y simpatizantes quienes integrarían las llamadas *Brigadas del Sol* que tenían como propósito "convencer al ciudadano". De esta manera, en la casa de campaña del PRD, ubicada enfrente del palacio municipal de Nezahualcóyotl, se reunieron los coordinadores de los diferentes comités de base de cada facción para escoger a un coordinador para cada uno de los cinco distritos electorales que tiene este municipio que tiene un padrón de 863.824 votantes. La selección de este coordinador no reposa en ninguna regla precisa, aunque es una función que se evade por el esfuerzo que ésta supone ya que se tienen que coordinar, supervisar y capacitar a un número mayor de 70 personas que provienen como ya hemos dicho de diversas facciones. Se es coordinador por dos razones: 1) por decisión propia y; 2) por elección mayoritaria, la mayoría vota a favor de uno. Es importante señalar que en la primera razón subyace un sentido de compromiso y responsabilidad que se tiene ante el partido e incluso habla bien de la persona ya que esa iniciativa expresa una actitud participativa y de apoyo en las diversas actividades del partido. Además de que la participación en las diversas actividades políticas, como se observa, queda dotado con un sentido de compromiso el cual en futuras actividades proporcionará referencias personales que servirán para asegurar nuevos cargos.

Por lo tanto, es a principios de junio cuando las *Brigadas del Sol* se consolidan y empiezan a trabajar en las diferentes secciones electorales considerando el hecho de que en este mes creció el número de

integrantes de 6 mil a más de 52 mil brigadistas (*La Jornada* 3/VI/99. pág. 54). Para reforzar ésta estrategia de campaña, el CEN envió a diversos dirigentes y militantes de cuatro entidades de la República en las que por medio de este programa se había ganado la gubernatura.: Tlaxcala, Baja California Sur, Zacatecas y la ciudad de México.

Ciertamente, las brigadas estuvieron integradas tanto por militantes y simpatizantes como por organizaciones y partidos políticos, como el Popular Socialista (PPS), el Auténtico de la Revolución Mexicana (PARM) y el Revolucionario Colosista (PRC), que tienen presencia en la entidad.

B. Organización social del comité de base durante ésta segunda fase

El modo en que estuvo organizado el comité de base se define a partir de la estructura, por lo tanto haremos una reflexión sobre este aspecto. La reflexión gira en torno al hecho de convocar y reunir a más de una facción en un mismo espacio y tiempo, de acuerdo a nuestras observaciones, son aspectos que desempeñan un papel en el establecimiento de la cohesión social; amistades, mejor conocimiento de las diversas facciones o de los miembros de la misma facción, la competencia con otros y la solidaridad dentro de los grupos que compiten son cualidades sociales que constituyen un rasgo característico del comité durante ésta segunda fase.

El caso que nos toca atender es el de Ana García, una señora de aproximadamente 67 años de edad, con quien tuvimos la oportunidad de estar; profesora jubilada de la UNAM, quien procede de una organización llamada MOVIDIG, ella tuvo a su cargo el distrito XXXII del municipio de Nezahualcóyotl con un total de 70 brigadistas. Como dato importante mencionaremos que cada brigadista percibió una "ayuda" económica de \$450.00 quincenales por parte del partido quien mediante un coordinador administrativo le hacía llegar un "recibo de reconocimientos por actividades políticas" a cada brigadista durante los meses de mayo y junio.

Ana más que simpatizante es militante, lleva 34 años "sirviendo al partido y al país", su comité de base *30 de Junio* se ubica en la colonia evolución de dicho municipio.

Según la profesora Ana (así se hace llamar):

El 70% de los brigadistas pertenecen a una organización afín al partido como el MSD, el MOVIDIG y la UGOCM. El 30% ha sido invitado a participar por primera vez por algún vecino,

amigo o familiar quien lo ha recomendado ante mí, claro que lo tengo que conocer, no cualquiera entra aquí, necesitamos gente que de veras se comprometa con el partido, te imaginas si entrará cualquiera, no haría nada. ⁴⁵

Cabe hacer notar que no todos los que se desempeñan como brigadistas necesariamente son militantes pues, de acuerdo a nuestras observaciones, distamos un poco de la afirmación de la profesora Ana puesto que las brigadas así organizadas se constituyen mayoritariamente por ciudadanos, por individuos que no representan a ninguna organización. Si hablamos de porcentajes, nosotros consideramos que existe un 70% de "recomendados" por personas cercanas a la coordinadora como amigos y vecinos que está representado principalmente por amas de casa y estudiantes de bachillerato. El 30% restante lo representan individuos que constituyen alguna organización o facción del partido y que se diferencian por tener experiencia de hasta más de dos años es este tipo de actividades proselitistas, representado principalmente por trabajadores del comercio informal y militantes que reciben un sueldo por parte del partido. Las siguientes facciones estaban así representadas en el comité: la UGOCM contaba con diez militantes, el MSD con seis militantes y por último el MOVIDIG con cinco militantes sin contar a la propia coordinadora y a su hija que la ayudaba a brigadear una sección formaban parte de ésta última facción. La mayoría de los brigadistas se encontraba entre los 16 y 35 años de edad, la minoría, que es un porcentaje reducido, no sobrepasa los 60 años de edad.

Este 70 por ciento de personas que han ingresado al comité por medio de algún pariente, amigo o vecino se caracterizan por ser independientes. En el presente capítulo *utilizamos el término independiente en el sentido en que se trata de personas que es su primera experiencia como militante, brigadista y que nunca han participado en la actividad proselitista del comité o que ya han sido brigadistas pero que no pertenecen o no están afiliados al partido o registrados como miembros en ninguna facción del partido político*. En un caso, tanto el padre como la hija ya habían participado como brigadistas del partido en el año de 1998 en una campaña a diputado federal. Según ellos expresaban que:

Participamos en éstas actividades sólo porque somos simpatizantes del partido, no deseamos pertenecer a ninguna organización o comité de base, porque nada más hay que

⁴⁵ Platica con la profesora Elsa. Nezahualcóyotl. Lunes 24 de mayo de 1999.

andar en juntas o en mítines y eso no nos gusta. Además aquí la maestra Ana ya nos conoce desde hace un año por una vecina y ya sabe que nosotros si chambeamos en la zona que nos toca brigadear.⁴⁶

Otro caso es el del señor Rómulo de 43 años de edad quien asiste a los diversos actos políticos del partido desde hace más de un año y que no estaba afiliado a ninguna facción. Él trabaja en un tianguis ambulante vendiendo revistas o ropa de segunda mano. Aunque no terminó la escuela primaria; gustaba mucho de leer constantemente el periódico o alguna revista política y entre sus principales aspiraciones figura el ser un "buen dirigente del pueblo" razón por la cual esta convencido de:

Participar como brigadista para conocer los problemas de la gente. Además ya estoy en la escuela de formación política del partido. Primero quiero darme a conocer con toda la gente del partido de aquí de Neza por eso no me he afiliado a ninguna facción para no etiquetarme pero nada más estoy esperando la oportunidad.⁴⁷

Con todo, el señor Rómulo contribuía en diversas actividades como ir a recoger la propaganda al municipio, dar información políticas a los integrantes del comité, brigadear zonas que no le correspondían. Actividades descritas por él como "un trabajo extra" que consideraba como una condición suficiente para impulsar un ascenso relativamente rápido dentro del comité.

Estos casos de excepción dentro del patrón de organización del comité propuesto representan a individuos activos en los procesos políticos que no permanecen independientes a la larga; muy pronto se afilian a una facción, dispuestos a participar en las diversas actividades de un comité de base al término de la campaña política.

De acuerdo a nuestras observaciones dentro del comité existe sólo un mecanismo de control interno como la lista de asistencia que es utilizada por la profesora para constatar la asistencia de cada uno de los brigadistas a las juntas que se realizaban en el comité de base los lunes y los jueves de cada semana para dar los resultados de cada visita

⁴⁶ Platica con dos brigadistas del partido. Nezahualcóyotl. Martes 8 de junio de 1999.

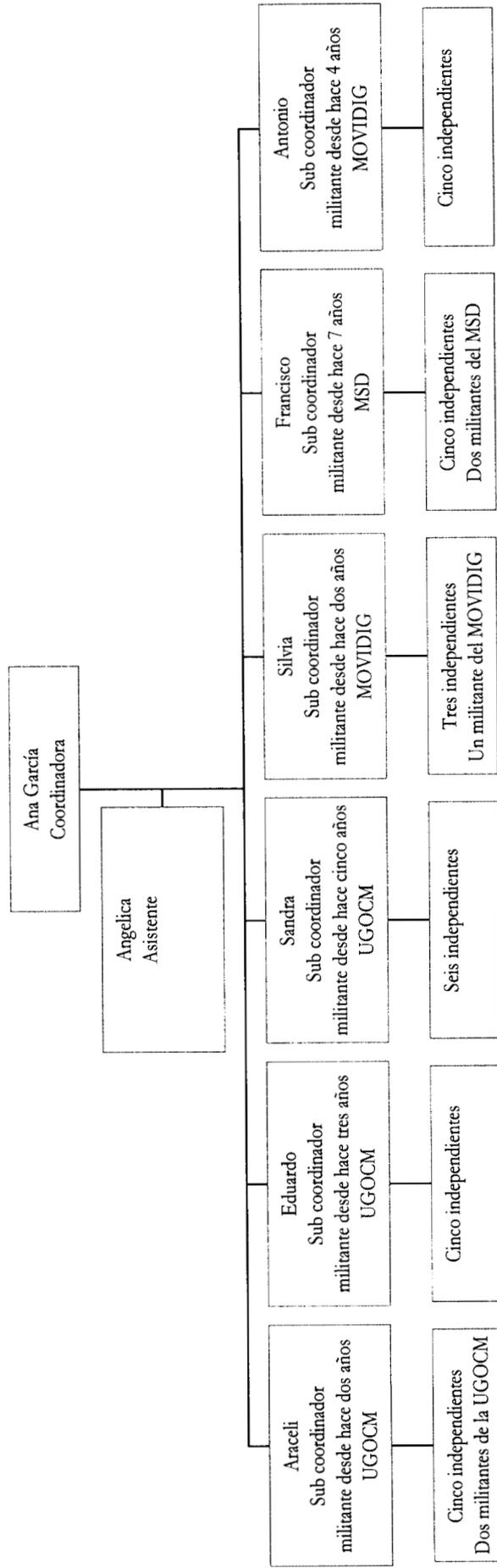
⁴⁷ Platica con el señor Rómulo. Nezahualcóyotl. Jueves 10 de junio de 1999.

domiciliar. Cuando alguien faltaba más de tres veces la profesora hablaba a la casa del brigadista o le visitaba personalmente en su domicilio. En dos casos, advirtió a los brigadistas que si no cumplían con sus respectivas tareas no recibirían "la ayuda económica del partido". El hecho de que existieran sub-coordinadores no significaba meramente un mecanismo de control ya que como veremos más adelante existe un acuerdo tácito entre el sub-coordinador y el brigadista.

Existe una estructura social básica que observamos en el comité de base durante ésta segunda fase y que podemos ver en el *cuadro 9* en donde también se esquematizan las funciones y actividades del coordinador, del sub-coordinador y de los brigadistas en el municipio de Nezahualcóyotl.

Cuadro 9

ESTRUCTURA BASICA DEL COMITE DE BASE



1. El coordinador; cinco en total, se encarga de promover y reclutar a un número no mayor de 80 personas en el comité de base para brigadear o hacer visitas domiciliarias. De la misma manera, es su deber proporcionar propaganda y apoyo físico a cada brigadista que así lo requiera. También se encarga de dar capacitación a todos aquellos independientes por medio de un "pequeño curso" que dura seis horas en donde les informa acerca de los "principios democráticos" del partido y de su compromiso con la sociedad civil. Teniendo a su cargo uno de los cinco distritos locales del municipio es su obligación informar quincenalmente de cada sección electoral que componen al distrito a su cargo. El informe se tenía que entregar y exponer en una junta general convocada por el Comité Ejecutivo Municipal quien reunía a los cinco distritos electorales con sus respectivos coordinadores y brigadistas a su cargo.

2. Los sub-coordinadores tienen a su cargo a un grupo de brigadistas; se distinguen por ser militantes, designados en este cargo por el coordinador, su principal función es asesorar a todos aquellos independientes inexpertos en "el arte de convencer al ciudadano", además de supervisar el desempeño de cada uno de ellos. Es importante mencionar que los demás militantes que no asumieron ninguna función, aunque estaban bajo la responsabilidad de un sub-coordinador, trabajaban de manera individual y en algunas ocasiones transmitían su experiencia a los demás brigadistas.

La relación que existía entre el sub-coordinador y el brigadista estaba regida por un principio de reciprocidad que respondía a un acuerdo tácito: el sub-coordinador daba la dirección de su residencia y número telefónico, al mismo tiempo pedía el de cada uno de los brigadistas a su cargo; les decía que fueran a visitarle o le llamaran "en caso de duda". También les decía que no iba a existir ningún tipo de presión o supervisión persistente ya que "cada quien sabe lo que le toca" y que no sería su "pilmama". Sucede, por ejemplo, que en la mayoría de los casos no se obligaba a los brigadistas a realizar diariamente los brigadeos por su zona electoral, de hecho, algunos de ellos jamás lo hicieron e inventaban los resultados en las bitácoras las cuales siempre marcaban una preferencia electoral que beneficiaba al PRD. Sin embargo, la coordinadora se percataba de este hecho y cuando le preguntaba a solas al coordinador o a los brigadistas sobre el desempeño de cada uno siempre se emitía una respuesta que expresaba el buen trabajo de uno o de otro. El siguiente ejemplo así lo demuestra:

En medio de una junta, en el comité de base la profesora Ana mencionó que:

Muchos de los responsables de los grupos de brigadeo no están asesorando o cuidando a los pocos muchachos que les tocó. Es su responsabilidad acompañarlos a brigadear su zona para que contemplen y puedan hacer algo respecto a los problemas que se les presenten. Martha ni siquiera pone al tanto de lo que hay que hacer a estos chicos (señala a dos muchachos de 16 y 18 años de edad), no saben ni cómo llenar sus hojas de indecisos. Todo me lo están entregando mal.⁴⁸

La señora Martha ante tal juicio interviene para decir que:

A mi grupo si les explicó lo que tienen que hacer, inclusive los he citado en mi casa para explicarles el llenado de las hojas y cómo tienen que preguntarles a las personas. No los he podido acompañar porque como usted bien sabe también tengo que estar yendo por propaganda al comité municipal. Aunque si los he ido a visitar a su zona y si han estado haciendo sus recorridos pero en ésta semana ya los voy a empezar a acompañar aunque sea un ratito.⁴⁹

De acuerdo a nuestras observaciones la señora Martha nunca visitó a sus brigadistas y tampoco los cito en su casa, sin embargo, los brigadistas ante tal declaración no expresaron nada en su contra.

3. Finalmente, encontramos a los brigadistas que a nuestro parecer representan uno de los ejes determinantes de la campaña política pues se encargan de visitar e informar al ciudadano sobre algunos hechos políticos y de igual manera reciben las demandas más sentidas de estos. Son setenta en total, se organizaron de acuerdo a las secciones electorales de cada distrito pues cuando este excedían en tamaño era brigadeado por más de dos personas, pero en la mayoría de los casos se designaba a una persona por sección electoral. El brigadista se encarga de realizar visitas domiciliarias que consisten en platicar con el ciudadano e informarle de la carrera política, así como, de sus diferentes actividades o actos políticos del candidato y que se controlaban con la ayuda de una bitácora

⁴⁸ Junta en el comité de base 30 de Junio con brigadistas. Lunes 31 de mayo de 1999.

⁴⁹ *Ídem*

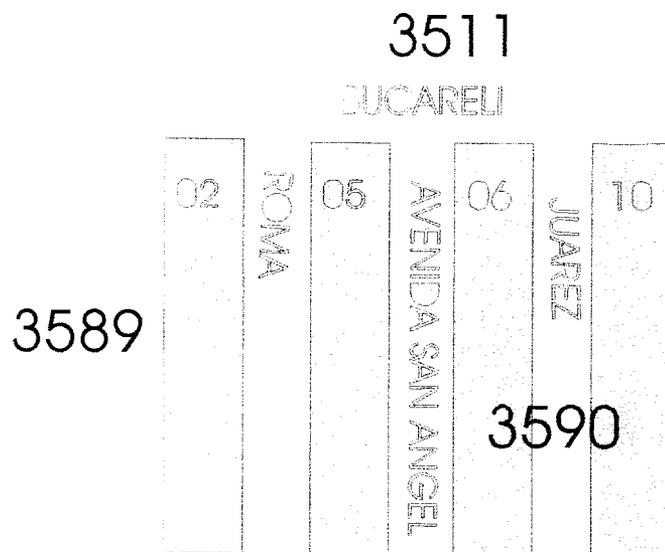
proporcionada por la coordinadora en donde se registraban los "resultados de la entrevista" colocando claves como:

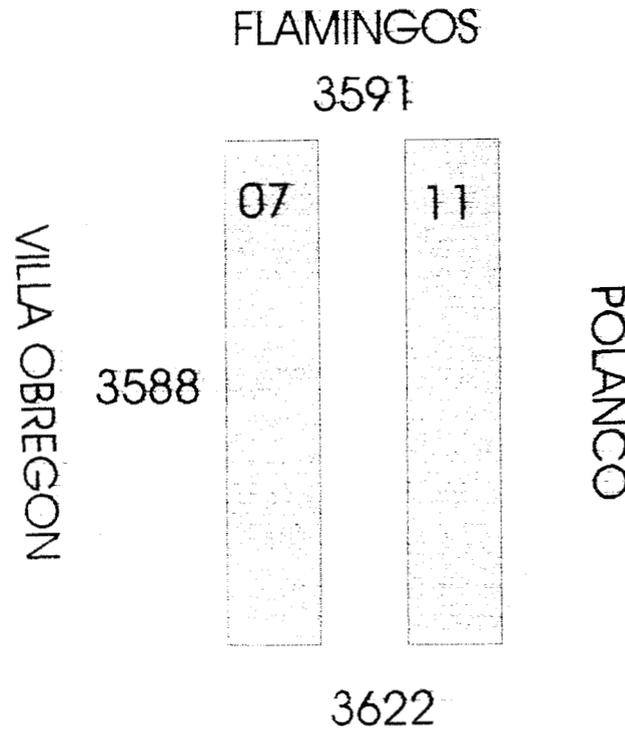
- (1) Si se pudo establecer una comunicación adecuada con el visitado.
- (2) Si no se pudo efectuar la entrevista porque nadie se encontraba en el domicilio.
- (3) Si de manera tajante, hubo un rechazo total por parte del entrevistado.

Para la posición política del entrevistado se le pedía al brigadista que colocara las siguientes claves en una columna de la bitácora denominada "tendencia del elector":

- (1) Para el PRD
- (2) Para el PRI
- (3) Para el PAN.
- (4) Otros partidos
- (5) Indecisos

Estas visitas diarias no son ejecutadas al azar, sino que son reguladas bajo la designación de una sección dentro del distrito electoral -en este caso el distrito XXXII- Geográficamente, la sección es una parte pequeña del distrito electoral, pues, abarca más de tres y menos de seis calles. Un ejemplo es el de la sección 3590 del municipio de Nezahualcóyotl que tiene 1732 electores.





Los resultados de cada bitácora se entregaban semana con semana a la coordinadora para que ella hiciera una evaluación general del distrito electoral. Los resultados eran presentados en una junta a nivel municipal que se realizaba cada quince días.

En cada visita domiciliaria es deber del brigadista:

- Entregar propaganda que constantemente le proporciona el comité. Se repartieron trípticos, pegotes, calcomanías, carteles y dos números de un periódico emitido por la Secretaría de comunicación y Propaganda del CEN del PRD; llamado *El Despertador* que supuestamente fueron "los de mayor importancia", para "convencer al ciudadano"; ambos contenían información de los rasgos más importantes del plan de gobierno del candidato. Entre sus propuestas resaltaba el combatir la inseguridad y extender el servicio del Metro al Estado de México.

- Informar sobre la carrera política del candidato que venía expresada en algunos trípticos y de sus actividades proselitistas en el municipio
- Escuchar las demandas del ciudadano que sólo se daban a conocer en las juntas del comité.
- Visitar y platicar constantemente con los que se consideraran como indecisos para "convencerlos".

C. Practicas clientelares en el comité de base

Dado que nuestro comité, durante ésta segunda fase, está constituido por diversos grupos, se encontrará que lo que promulgaba cada facción contenía numerosas contradicciones no sólo chocaban con una serie de grupos que defendían los "principios democráticos" de su corriente. Sin embargo, cada facción se centra alrededor de un interés común: ganar el día de las elecciones y con esto desplazar al partido oficial que ha permanecido durante mucho tiempo en el puesto gobernante. El comité, convertido en el centro o espacio de reunión en donde convivían la UGOCEM, el MSD y el MOVIDIG marcó la pauta al nacimiento de un fenómeno de competencia faccionaria "clientelizada", que trataba de captar a todos aquellos independientes. Por lo tanto, la relación entre las unidades del partido y su disposición influyó profundamente en aquellos independientes ya que en el campo político las tres unidades del partido proyectaron su eficacia de acción e, incluso, sus métodos y principios, todo con el fin de:

- 1) Atraer a más simpatizantes que se afiliaran a la facción.
- 2) Que los simpatizantes participaran como miembros en el comité de base al finalizar la campaña.

Los independientes eligen pertenecer a una facción en vez de otra por razones perfectamente valederas: la despensa que recibían era más barata y más surtida, recibían material de construcción como bultos de cemento, varilla, pintura o les proporcionaban asesoría legal respecto a algunos problemas personales.

Un ejemplo que bien puede ilustrar lo que decimos es el caso de la señora Guadalupe quien es brigadista por segunda vez y que ha decidido afiliarse al MOVIDIG y participar en el comité de la profesora Ana afirmando que:

La verdad yo estoy muy agradecida con el partido porque cuando mis niñas estaban chiquitas el comité me daba desayunos que me costaban un peso, ahora, no sé cuanto cuesten pero los siguen repartiendo. Lo que me ha ayudado mucho es el camión de abastecimiento del MOVIDIG que me vende una bolsa de verduras por \$6.⁵⁰

Pues bien, pasemos a otro ejemplo que no se aleja del anterior y nos parece ilustrativo. Nezahualcóyotl, enfrente del Palacio Municipal, plaza principal, se reunieron más de 3 500 militantes y simpatizantes, todos ellos acompañados de familiares y amigos. Sin lugar a dudas son militantes, ya que una gran mayoría porta la camiseta y gorra amarilla con una expresión clara: brigadista del PRD, así como pañuelos, mantas, y carteles con las siglas de su organización, entre ellas, podemos mencionar al Movimiento Amplio de Expresión Democrática (MAED), la Unión Popular Revolucionario Emiliano Zapata (UPREZ), además de la UGOCM y el MOVIDIG. En dicho mitin, en una banca de la plaza, se encontraban sentadas varias mujeres en una banca, todas provenían del mismo comité de base pues preguntaban a su coordinador con insistencia el lugar que iban a ocupar en aquel evento político. Entablamos una plática con una de ellas, una señora de 50 años de edad, ama de casa que decía pertenecer a un comité de base de la UPREZ, en sus manos traía un cartel con las iniciales de dicha organización, cuando se le preguntó sobre el significado de dichas siglas, un poco confundida volteo la cabeza hacía sus compañeras haciendo la misma pregunta y alzó los hombros con una actitud cuestionadora; ante la extrañeza de esas siglas todas se echaron a reír. Por su parte la señora argumento que:

No sabemos —el significado de aquellas siglas— porque apenas entramos al comité como brigadistas y ya nos afiliamos pero no tenemos ni un mes. Al menos yo decidí entrar al comité porque ellos me han ayudado, me hacen el 50% de descuento cuando tengo que pagar el predio y el agua. Además, las despensas que venden son más baratas que en otros lugares, a veces nos ayudan con un kilo de arroz o de azúcar; nada más que cuando hay una marcha o que va a venir un candidato nos dicen que tenemos que venir como ahorita [...] Hace poco nos dijeron que teníamos que ir al Zócalo, en apoyo al partido, en donde caminamos varias horas bajo el sol

⁵⁰ Platica con la señora Guadalupe. Nezahualcóyotl. Lunes 31 de mayo de 1999.

como ciudadanos, como personas normales, sin la camiseta del PRD. Tenemos que ir a donde sea, aunque a uno no le guste, y es que se dan cuenta si no vas porque te pasan lista antes de salir. [...] Ellos mismos nos llevaron y nos trajeron de vuelta en un camión que salió del mismo comité.⁵¹

Pues bien, conviene saber que el comentario de la señora era seguido por todas las ahí presentes, la situación era la misma. Si bien, es curioso observar el hecho de que existe un bajo grado de interés respecto a lo que se representa como grupo o facción. Como podemos ver en ambos ejemplos no puede marcarse más claramente el carácter negociador que existe entre la facción y el militante. Se nos presenta, por consiguiente, una forma de concebir la relación entre militante y facción en donde ésta última maneja recursos que pueden resolver necesidades específicas como se verá a continuación.

Historia de un caso: Eduardo Juárez, 35 años, 3 hijos, nativo de ciudad Nezahualcóyotl. Se inicio como militante desde hace más de tres años, gracias a su hermano mayor que trabajaba en el municipio cumpliendo funciones administrativas y que lo incitó a formar parte de las diversas actividades proselitistas que se llevaban a cabo para las campañas electorales al interior del municipio. Aunque es licenciado en economía, no ejerce su profesión, en la actualidad trabaja como empleado de medio tiempo en una fabrica de telas y realiza un trabajo extra que consiste en reparar instalaciones eléctricas de casas particulares.

Ante varios intentos fallidos por conformar su propio comité de base Eduardo decidió integrarse al comité como brigadista al igual que su cuñada Sandra, esposa de su hermano aquí citado, quien tiene a su mando un comité de base afiliado a la UGOCM. Los dos son brigadistas y de la misma manera perciben "el apoyo económico" que les da el partido cada quincena. Aunque en más de una ocasión Sandra y Eduardo intentaron dirigir un comité de base juntos, hecho que no se consumo debido a un enfrentamiento por causas económicas y diferencias personales. Ahora, ambos tienen un interés común: contar

⁵¹ Mitin realizado en la plaza principal del municipio de Nezahualcóyotl, 16 de Mayo de 1999

con un número considerable de gente para poder postularse como diputados locales en el año 2000.

Aunque la profesora Ana y Eduardo se conocen desde hace un año su relación no es cercana ya que sólo han cruzado un par de palabras en algunas reuniones generales o eventos del partido.

Eduardo fue designado por la profesora Ana para supervisar a un grupo de cinco personas que se caracterizaban por ser independientes y que incluía a una ama de casa de 37 años, a dos hermanos de 16 y 19 años y a dos vecinas de la misma calle de 19 y 20 años de edad. Eduardo conducía a este grupo sin gran problema ya que sólo les pedía que trabajaran su zona electoral eficientemente para que "la profesora no los regañara". Ciertamente, nunca acompañó a ninguno de estos brigadistas por sus recorridos electorales, el único contacto que tenía con ellos era durante las juntas -dos veces por semana- que se realizaban en el comité. A finales del mes de junio empezó a invitarlos a que formaran parte de un comité de base que estaba iniciando. Eduardo empezó a visitar en sus domicilios a cada uno de estos brigadistas, incluso les hacía llamadas telefónicas para saber de su decisión. A cada uno de ellos les prometió un cargo dentro del comité entre ellos: secretario, tesorero y encargados de propaganda. Al mismo tiempo los incitaba para que a su vez ellos mismos llevarán a sus papás, amigos o parientes para que formarían parte del comité de base cumpliendo cualquier función. Les decía que ésta era una buena oportunidad para "iniciarse como gestores y políticos de su comunidad".

Al término de la campaña, en el mes de julio, hizo una junta en su propia casa, lugar del nuevo comité de base que estaría afiliado a la UGOCM ya que ésta "es la organización más fuerte del partido" que les proporcionaría una oficina de gestiones. Ciertamente, los cinco brigadistas se encontraban ahí dispuestos a asumir un cargo y sólo cuatro de ellos iban acompañados por otras dos personas: entre amigos, parientes o vecinos que participarían en alguna otra tarea.

En abril del 2000 Sandra se postuló como diputada local para el distrito XXXII aunque no ganó, lo importante aquí es que contaba con más de 589 simpatizantes que le permitieron figurar como candidata.

Este ejemplo, al igual que otros casos más, muestra la importancia que representa ésta segunda fase como circunstancia decisiva para que los militantes recluten a todos aquellos independientes en un comité de base o facción, los cuales le servirán para empezar a formar una red más

grande de individuos que benefician políticamente a este "reclutador" ya que le proporcionan adhesión política. A grandes rasgos el mecanismo es el siguiente. Un militante ingresa al comité de base durante lo que aquí hemos denominado segunda fase, haciendo uso de su situación y su experiencia dentro del partido para aumentar el número de simpatizantes y afiliados a su propia facción y el alcance de nuevas relaciones de amistad, generadas por la participación común en las *Brigadas del Sol*; que sólo abarca a parientes, amigos y vecinos del barrio. Esta situación conduce a la posibilidad de obtener poder que a su vez lo llevará a un puesto público o a la realización de diversas metas personales.

D. De los preparativos hasta el día de las elecciones

El miércoles 26 de junio la profesora Ana García junto con los 70 brigadistas que tenía a su cargo fue llamada por el comité estatal municipal a una junta general en las aulas de una preparatoria de la localidad que fue dirigida por el coordinador del Comité Municipal de Nezahualcóyotl y el supervisor de las brigadas en el estado de Tlaxcala.

El motivo de la junta era dar instrucciones a los brigadistas sobre la tarea que iban a desempeñar

el 4 de Julio, día de las elecciones por lo que se hizo un itinerario general que todos tenían que llevar a cabo ese día en "secreto" de acuerdo a las recomendaciones del coordinador del Comité Municipal:

- El día del brigadista comenzaba a las 7:30 horas en que tenía que ir con los representantes del partido que iban a estar en sus casillas correspondientes para entregarles la lista nominal con fotografía que el mismo coordinador proporcionó a cada brigadista de acuerdo a su sección. En dicha lista los brigadistas tenían que haber palomeado con anticipación a todas las personas que les habían expresado su simpatía hacia el partido de acuerdo a los resultados registrados en su bitácora. Por su parte, el representante en la casilla tenía el deber de marcar en la lista nominal las "personas perredistas" que ya habían ido a votar a las casillas sin que ellas se enteraran.

- De las 8:00 a las 12:00 horas, tenían que vigilar constantemente las casillas a una distancia considerable, "hacer que los demás se percaten de nuestra presencia para que no vayan a cometer ninguna falta."
- 12:00 horas. Acercarse "disimuladamente" con el representante del partido para que le entregue al brigadista la lista nominal con fotografía haciendo énfasis en las personas que ya habían ido a votar en ese corto lapso del día.
- 12:30 horas. Ir con las personas que faltan por votar y "recordarles que hay que ir a votar, hay que acompañarlos hasta las urnas y cerciorarse de que están votando a favor de nuestra coalición." Tenían que ir especialmente con los representantes de *las casas por la democracia*.

Las *casas por la democracia* eran una suerte de red de apoyo para el día de las elecciones. En esa misma junta se les encomendó una tarea a los brigadistas, que consistía en buscar por lo menos 10 casas o mejor dicho diez individuos que vivieran dentro de la sección electoral a su cargo. El brigadista se basó en una lista de afiliados a diferentes facciones del partido que le proporcionó la coordinadora Ana García. Él tenía que visitar a aquellas personas para exhortarlas a que se "comprometieran" a llevar o "acompañar" a más de 10 personas entre parientes, amigos o vecinos el día de las elecciones a la casilla en que les tocaba votar y de asegurarse que así lo hicieran; esto lo realizaría de manera individual, se le advertía que no llegará con más de cuatro personas a una casilla ya que esto "levantaría sospechas de acarreamiento".

- De las 14 horas a las 18 horas. Hacer una pequeña encuesta con la gente, es decir, "tener una platica con los vecinos en la que le podamos preguntar ¿Qué partido cree usted que va a ganar?, ellos van a responder de cierta manera el partido por el que votaron y más o menos eso nos va a decir cómo vamos."
- A las 21 horas como última actividad del día 4 de Julio, el brigadista tenía que: "vestirse de brigadista e ir a la explanada del Palacio Municipal a manifestar que el partido va ganando, hay que hacer ésta actividad para que vean los del PRI que nuestro partido va

ganando e impedir que piensen en hacer alguna acción fraudulenta”.

El coordinador del Comité sigue dando instrucciones: “hay que inspeccionar de 10 a 12 veces nuestra sección, si vemos alguna anomalía hay que reportarla a unos teléfonos que les vamos a dar y enseguida van a llegar nuestros compañeros a levantar una acta para imputar esa casilla. Hay que inspeccionar que no haya acarreados; nos damos cuenta cuando los hay porque llegan de 15 a 20 personas juntas a votar. Que no vaya a ver despensas o algún dinerito. Nuestra actividad fundamental es de las 8:00 a las 12:00 horas porque es cuando se hacen todas las tranzas. El diálogo que vamos a tener con la gente (de las 14 a las 16 horas) nos va decir parte del éxito político, muchas personas no dicen por quién votaron, otros no tienen el empacho de decirlo, pero eso que dice la gente influye en el ánimo de muchos electores y de los que no han votado. Los priístas tienen la costumbre de salir a platicar con la gente y decirle que es el partido que va ganando, hay que inhibir esa actitud del PRI.”

Una señora, brigadista, levanta la mano para expresar que “el intercambio que vamos a realizar nos puede causar el encarcelamiento, nos estamos arriesgando mucho.”

El coordinador municipal le responde que “no estamos haciendo nada fuera de la ley, esa es una actividad de nuestro partido y si existiera algún caso de esa naturaleza contamos con gente preparada dentro del partido que puede responder por nosotros, ustedes no van a estar solos en ningún momento.”

El supervisor de las brigadas en el Estado de Tlaxcala interviene para decirle a todos los brigadistas que “nada les puede ocurrir, eso se los puedo asegurar porque yo ya pase por esa experiencia en Tlaxcala. Nosotros venimos a inyectarles ánimo y a demostrarles que sí se puede”.

Y continuó “oficialmente el 30 de junio termina nuestra labor como brigadista, yo les digo que nuestra labor termina el día de las elecciones, aún podemos repartir propaganda aunque no traigamos puesto el uniforme, eso no nos prohíbe ver a nuestro compadres o vecinos e invitarlos a votar este 4 de Julio”.

Sobre Tlaxcala, dijo que: “el PRD está gobernando muy bien. El presidente municipal acaba de arreglar todas las carreteras del Estado y proporciono

equipo de cómputo con Internet a todas las escuelas primarias. Nuestro éxito se debió a la visita domiciliaria, a esos informes veredictos que ustedes nos dan, si ustedes estuvieran dando malos informes, les aseguro que a la larga nos vamos a sentir mal porque le fallamos a la Patria."

Para finalizar aquella reunión, el coordinador municipal mencionó que aunque la ley prohíbe hacer brigadas en el Estado de México después del 30 de junio "los brigadistas no deben de flaquear porque aún pueden repartir propaganda en el D.F". Ciertamente, grupos de seis brigadistas que no portaban el uniforme repartieron la propaganda en lugares como el Metro y en el paradero de camiones que iban al Estado.

Si bien, éstas fueron las instrucciones pero ¿realmente se llevaron a cabo el día de las elecciones?. Como lo veremos a continuación, los brigadistas no cumplieron con todas las actividades designadas, algunos de ellos sólo hicieron "acto de presencia" en la mañana y en la tarde; otros ni siquiera se presentaron en su sección electoral.

A trece días de la elección el IEEM dio a conocer a los medios de comunicación (*La Jornada* 22-VI-99) la conformación de la estructura electoral para el estado de México que se componía con 55 mil 724 funcionarios en 12 mil 977 casillas de las cuales cinco mil 917 eran básicas; seis mil 610 contiguas, 398 extraordinarias y 52 especiales.

De esta manera llega el día esperado tanto por actores sociales como por políticos. Efectivamente se disputan la gubernatura del estado de México un partido y dos coaliciones: PRI, PAN-PVEM y PRD-PT.

El distrito XXXII, coordinado por Ana García, muestra un panorama no muy común, el ambiente que se vive en ese lugar es un poco tenso. Antes de las siete de la mañana se puede ver en las esquinas de las calles y fuera de las casas a grupos de gente que sin duda son representantes de casilla o participan en alguna de ellas. Las casillas electorales son instaladas a las ocho de la mañana, algunas todavía no son instaladas por el contratiempo que ofrece ese día lluvioso y grisáceo.

Todos esperaban un día soleado y despejado, sin embargo no resultó ser así porque a excepción de unas cuantas horas se pudo disfrutar de un poco de sol (de las 13 a las 15 horas) que brindó su viveza y energía a la gente que aprovechó esa atmósfera para salir de sus casas e ir a votar.

El domingo no era un día común para todos, pues hasta en las tiendas de abarrotes y tiendas de autoservicio se prohibía la venta de bebidas alcohólicas, medida que se tomó desde el sábado 3 de junio hasta los primeros minutos del lunes del mismo mes.

Son las ocho de la mañana y ya se empiezan a poblar las calles de gente dispuesta a votar, de brigadistas cuidando su sección y demás ejerciendo su función en las casillas; cada uno de ellos sabe el papel que va a desempeñar en ese día, la gente camina presurosa bajo la presión de la llovizna que cae sobre ellos.

Los brigadistas por su parte comienzan a hacer sus recorridos a las 8:00 horas y efectivamente entregan la lista nominal con fotografía previamente palomeada a los pocos representantes del partido que asistieron ya que muchos no se presentaron a esa hora hasta caída la tarde. Los datos que contenían esas listas no eran verídicos si acaso sólo unos cuantos presumían de serlo, todo era invención del brigadista.

El itinerario no se siguió de a cuerdo a lo propuesto por el coordinador municipal. Los brigadistas sólo hicieron "acto de presencia" en el día a las 8:00 horas y en la tarde a las 18 horas, pocos eran los que se quedaron todo el día. Las *casas por la democracia* eran contadas en aquél distrito, en algunas secciones electorales ni siquiera existían.

Eran las nueve de la noche y en la explanada de la presidencia municipal no había nadie, ni siquiera la coordinadora. Por lo demás todo transcurrió sin ningún problema. En el comité ejecutivo municipal del partido sólo recibió denuncias como casillas mal ubicadas, instalación a deshora, personas que votaron sin presentar la credencial de elector y otras irregularidades que no se consideraron como graves.

E. El panorama electoral en la zona oriente

El panorama electoral del municipio de Nezahualcóyotl y la zona oriente a la cual pertenece se vio influida por la actividad proselitista que realizaron las *Brigadas del Sol* que como ya lo demostramos no se proporcionaban datos verídicos por lo que las estadísticas internas del partido siempre marcaban un alto número de simpatizantes.

Incluso tanto en mitines como en prensa el candidato mencionaba que:

En prensa el ex dirigente nacional del PRD Andrés Manuel López Obrador mencionó que el desempeño del programa de las *Brigadas del Sol* es "clave" para ganar la gubernatura del estado de México ya que con él se habían ganado las de Tlaxcala, Baja California Sur, Zacatecas y las de la ciudad de México (*La Jornada* I/VI/99)

En una reunión del candidato con su grupo político y con el del Partido del Trabajo (PT), se hizo una evaluación de la campaña en donde el dirigente del PT mencionó ante los medios de comunicación que "...de acuerdo con las encuestas internas, 20 por ciento de mexiquenses no han decidido por quién votar y 25 por ciento pueden cambiar de opinión a partir de la visita domiciliaria." (*La Jornada* 7/VI/99) Electorado indeciso.

Cuadro 10

ELECCIONES FEDERALES POR DISTRITO LOCAL 1997

DISTRITO	PRD		PRI		PAN	
	VOTOS	%	VOTOS	%	VOTOS	%
XXIV	43.978		19.754		11.718	
	49.97		22.44		13.31	
XXV	52.302		25.940		9.132	
	51.57		22.62		9.00	
XXVI	46.156		24.229		10.012	
	49.10		25.77		10.65	
XXXII	58.663		29.181		9.539	
	51.23		25.48		8.33	
XLI	55.579		25.910		6.456	
	54.86		25.57		6.37	
TOTALES	256.678		125.014		46.857	
	59.90		29.17		10.93	
TOTAL DE VOTOS: 428,549						

Fuente: Instituto Federal Electoral, México, IFE, 1999.

Cuadro 11

RESULTADOS DEL CÓMPUTO FINAL DEL IEEM 1999 POR DISTRITO LOCAL DE NEZAHUALCÓYOTL

DISTRITO	PRD-PT		PRI		PAN-PVEM	
	VOTOS	%	VOTOS	%	VOTOS	%
XXIV	22.613 36.64		17.077 27.67		20.032 32.46	
XXV	28.197 37.44		25.379 33.70		18.789 24.95	
XXVI	24.021 35.74		23.014 34.24		17.922 26.66	
XXXII	30.497 37.55		27.517 33.88		20.462 25.19	
XLI	30.242 42.23		23.113 32.28		15.913 22.22	
TOTALES	135.57 39.31		116.1 33.67		93.118 27.00	
TOTAL DE VOTOS: 344.788						

Fuente: Instituto Electoral del Estado de México, IEEM, 1999.

Aunque el PRD obtuvo la mayoría de votos emitidos en los cinco distritos electorales de Nezahualcóyotl. Se puede observar que de acuerdo a los cómputos oficiales del IEEM la presencia electoral en este municipio y en la zona oriente a la cual pertenece se redujo drásticamente cayendo un 50 por ciento a comparación de los resultados de las elecciones federales de 1997. Por su parte, el Partido Acción Nacional (PAN) aumentó su presencia en ésta región y en la zona oriente, como podemos observar en los resultados definitivos del IEEM (véase cuadro 11) este partido obtuvo 300 mil votos más que los que obtuvo en los sufragios que se le acreditaron en 1997.

Haciendo una comparación, con base en cifras proporcionadas por el IEEM en las elecciones federales de senadores y diputados en el estado de México en 1997 el PRD alcanzó una votación estimada en 60 por ciento en la zona oriente el Partido Revolucionario Institucional (PRI) obtuvo casi 30

por ciento y el PAN se mantuvo con un 11 por ciento como en las elecciones pasadas, para que en 1996 ganara los ayuntamientos más importante del estado.

En éstas elecciones, el PRI ganó en seis de los once municipios que gobierna el PRD en la zona oriente del estado de México

Como podemos observar en el *cuadro 11* el PAN mantuvo un promedio de 15 mil votos por distrito en Nezahualcóyotl y en total supero los 93 mil sufragios, contra 135 mil del PRD. Mientras que el PRI ganó en la mayoría de las localidades en la zona oriente, a excepción de Nezahualcóyotl, Texcoco y Cocotitlán.

4. Conclusiones

El plantear una temporalidad del comité de base como una primera y segunda fase nos hace pensar en una flexibilidad de los comités de base, en el sentido de que la misma estructura de estos les permite agrupar a más de cinco comités y trabajar como uno solo en un espacio y tiempo determinado, para regresar después a su estado anterior.

Evidentemente, el comité forma parte de la estructura de todo partido político que demuestra ser uno de los tantos espacios a través de los cuales se observa una cultura política activa y participativa de ciudadanos que se definen por ser militantes más que simpatizantes. A partir de ello cabría preguntar que ¿El comité es una institución u organismo de todo partido político capaz de recoger y propiciar otras formas de participación de los individuos en el proceso político?.

De acuerdo a nuestras observaciones el comité de base es un sistema organizado de actividades proselitistas que se encuentra esencialmente abierto a las comunidades, a los obreros, y demás grupos sociales que se organizan bajo un principio que es el de obtener ventajas de un grupo o individuales que no representa formalmente a un grupo o a una clase.

Desde nuestra perspectiva, las *Brigadas del Sol*:

- Es un instrumento adaptado a la lucha electoral, destinado a la conquista de sufragios; o mejor, diseñado para ganar adeptos, principalmente a ciudadanos que se desempeñan como brigadistas y que no pertenecen a ninguna facción del partido que denominamos independientes.

- Son una estrategia política que tiene como principal objetivo reunir simpatizantes. De esta manera son vistas como una estancia que sirve de manera directa a las campañas electorales que se encargan de influir y negociar en asuntos que van de lo particular a lo general, es decir, son una forma de llegar a la ciudadanía y exhortarla a que se organice sobre causas específicas.
- Permiten hacer una suerte de territorialización política y social del partido.
- Refuerza la adhesión de los militantes que pertenecen a diferentes facciones del partido.

Por lo tanto el comité de base al igual que las brigadas organizadas así como entidad y herramienta de la lucha política se definen como otra de tantas formas de aparatos organizados que median entre el poder y la ciudadanía.

* * *

REFLEXIONES FINALES

En el aula de clases se abre un debate entre alumnos que obliga al profesor a conservarse como observador por un momento. El tema que se analiza es el de la cultura política bajo una pregunta general ¿en dónde se puede observar la cultura política mexicana?. Al llegar el tema a su clímax, la tensión de la situación motiva a un alumno a decir "la cultura política no puede verse totalmente en un espacio concreto tomando en cuenta el sentido subjetivo que la caracteriza". Afirmación que impresiona poderosamente a los demás. De inmediato los alumnos empezaron a buscar determinadas situaciones empíricas para refutar tal afirmación. De tal manera que la variedad misma de los argumentos atestiguan el hecho de que la cultura política se expresa sobre y en la realidad de los procesos electorales atribuyéndoles una importancia crucial.

En este apartado final como reflexiones finales expondremos dos puntos por ese orden:

1. Como consideración fundamental de tipo teórico y metodológico haremos una reflexión sobre los problemas con que nos encontramos al internarnos al campo conceptual de la cultura política haciendo hincapié en la propuesta conceptual hecha por antropólogos nacionales.
2. Finalmente, haremos una síntesis de las reflexiones que aparecen en las conclusiones finales a lo largo de nuestro trabajo.

Ciertamente, el problema conceptual de cultura política empieza en el aula de clases extendiéndose y cruzando las fronteras disciplinarias. La anécdota anterior nos plantea el problema de la necesidad de una conceptualización clara y específica de cultura política. En nuestro trabajo de investigación nos planteamos diversas preguntas de carácter teórico y metodológico que surgieron en el aula de clases y que se acentuaron aún más al entrar en contacto directo con el hecho social, consideramos que las siguientes cuestiones merecen ser racionalizadas y contempladas por todo aquel que desee indagar uno de los temas de discusión central como lo es la cultura política de los partidos políticos y de los ciudadanos que plantea una gran diversidad de problemas actuales: ¿Cuáles son las partes o dimensiones que componen el concepto analítico de cultura

política?, ¿la cultura política como herramienta analítica fundamental, cómo es concebida y empleada desde un punto de vista teórico y práctico considerando que hay un velo de carácter subjetivo que la recubre y caracteriza? y sobre todo, ¿cuál es la importancia de hacer una etnografía sobre la cultura política mexicana?

Ciertamente, los procesos electorales son uno de tantos espacios privilegiados donde se puede observar y paladear la cultura política de los mexicanos. Se le puede concebir como un espacio de negociación donde se observa el "sentido del voto" y con él las principales actitudes, orientaciones y sentimientos de los diversos actores que convergen en un mismo espacio y tiempo.

En este trabajo de investigación hicimos uso del concepto de cultura política formulado por dos sociólogos norteamericanos Gabriel Almond y Sydney Verba (1963). Aunque nuestra revisión sobre el tema ha examinado una de las literaturas de la investigación más extensa que se ha adecuado principalmente por ese orden a los deseos, anhelos y ambiciones de la ciencia política, la sociología y la psicología. En el campo de la antropología, realmente son pocos y recientes los trabajos sobre la cultura política en México.

El doctor Roberto Varela enmarca este problema en su trabajo que abarca de 1980 a 1994 sobre "Los estudios recientes sobre 'cultura política' en la antropología mexicana" en donde analiza un libro y 23 artículos escritos por antropólogos (Esteban Krotz, Victoria Novelo, Roger Bartra, Adler-Lomnitz, Guillermo de la Peña, Eduardo Nivón, Héctor Tejera, Jorge Alonso, entre otros.) y sociólogos (Crespo y Gutiérrez). Sobre la formulación conceptual de cultura política hecha por antropólogos nacionales Roberto Varela concluye que:

No veo que se haya establecido como un concepto analítico el concepto mismo de cultura política: a lo más es un concepto descriptivo que puede servirnos en forma limitada para circunscribir provisionalmente un fenómeno. Los trabajos analizados nos inducirán a pensar que hay mucho más que incluir en el concepto que la mera participación política.⁵²

⁵² krotz, Esteban (COORD.), *El estudio de la cultura política en México*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México, D.F., 1996, Pág. 139

Dentro del campo de la antropología mexicana no hay una conceptualización precisa sobre cultura política y las formulaciones que se hacen sobre ésta no dan cuenta de cada una de sus partes.

Nosotros por nuestra parte al hacer la revisión sobre el tema de la cultura política en la literatura antropológica encontramos que los fundamentos para elegir un concepto se han convertido en una cuestión de preferencias pragmáticas, más que de juicios racionales.

Lo que se presenta como reto a la antropología es establecer un cuerpo teórico y analítico de la realidad mexicana. Por lo que a nuestro modo de ver el objeto teórico de la antropología debe consistir en elaborar un análisis general del uso colectivo de cultura política —ya que tanto periodistas, políticos, comentaristas e investigadores hacen uso de este concepto— y sobre todo de su desarrollo histórico considerando que la diversidad histórica y cultural de este concepto como hemos podido constatar da origen a problemas inabordables.

El concepto de cultura política se hace aún más importante cuando hacemos consciente el hecho de que vivimos en una época en que la reflexión política ocupa un lugar central en la interpretación de las diversas actitudes políticas de los ciudadanos mexicanos, donde dilucidar la forma y el contenido de la vida política tiene una importancia central para nuestra comprensión de la persona y de la sociedad.

Con esta argumentación partimos para decir que el concepto de cultura política nos ayudo a definir, orientar y discernir los problemas planteados por la relación entre los diferentes sectores de la población mexiquense que se encuentra directa e indirectamente involucrada con las instituciones políticas.

En este sentido, el concepto que hemos empleado nos permite hablar no sólo de los problemas de relaciones entre grupos y actores concretos sino que también de las mismas estructuras y procesos sociales que gravitan alrededor de estos. Entonces, requerimos hacer uso del concepto de cultura cívica para observar y destacar los problemas relacionados con la participación política, el nivel de vida y el ambiente y sobre todo para entender el cambio cultural que plantea la relación entre modernización y tradicionalismo que se expresa en el estado de México. Por lo que consideramos que la elección de un concepto debe contemplar estos aspectos de tal suerte que sea concebido como la relación de un individuo con otros y estos a su vez con un agregado aún mayor de individuos en donde se reconoce la relación entre estos, sus leyes e instituciones en

función de la relación que se da entre la estructura institucional que va desde la familia hasta el mismo partido político (incluidos los grupos de Interés y las elites políticas y gubernamentales específicas.), en donde intervienen factores de vital importancia como la historia, la memoria y el contexto cultural.

Estudiar y ver a la cultura política en términos de un sistema nos permite explorar la estructura lógica e interactiva de la misma, dándole un tratamiento analítico.

De esta manera, la tesis de Almond y Verba tiende a favor de una conceptualización más integral en donde tratan de observar, explicar e interpretar la relación que existe entre cada una de las partes del concepto de cultura política que ellos elaboraron.

Con base en lo anterior y de acuerdo en nuestra experiencia en trabajo de campo consideramos que cualquier propuesta sobre la definición de cultura política requiere de un enfoque más preciso dentro del marco de un enfoque semiológico de sistemas.

Claramente observamos y constatamos que sí existe un sentido de carácter subjetivo que recubre la conceptualización de cultura política y que se concibe como la dimensión subjetiva del sistema político que se mantiene por opiniones, juicios y evaluaciones con base en diversas normas que los miembros de un sistema político hacen sobre las diferentes partes y estructuras del mismo sistema.

Para poder observar y constatar la dimensión objetiva de la cultura política, en ésta investigación metodológicamente consideramos necesarias dos tipos de herramientas: una de carácter técnico y otra de carácter empírico.

La etnografía que es de carácter empírico y que al ser ubicada como parte de la disciplina antropológica nos obliga a ampliar aún más el marco conceptual que hace Almond y Verba sobre cultura política. Es a través del trabajo de campo y de la observación participante donde contrastamos numerosas veces la condición y ubicación de los diversos grupos sociales estudiados. Es ahí donde dimos cuenta de los juicios, opiniones y evaluaciones que hacen tanto los actores sociales y políticos sobre ellos y su sistema político que no sólo se quedaban en lo subjetivo sino que se objetivaban en la práctica cotidiana, en el hacer y quehacer de estos actores. De esta manera confrontamos lo que hacían y lo que decían con frecuencia.

Sin embargo, consideramos que la teoría queda en el campo de la especulación del cual hay que rescatarla a no ser que existan métodos rigurosos para validarla. Por lo que es necesario en materia de cultura política hacer uso de una herramienta de carácter técnico que es la encuesta. En nuestra investigación nos auxiliamos de las encuestas realizadas principalmente por los medios de comunicación y empresas privadas. Considerándolas importantes por dos aspectos:

1. Proporcionan datos representativos de poblaciones numerosas.
2. El desarrollo de métodos cada vez más rigurosos nos dan una mayor confiabilidad.

Dichos datos los podemos interpretar de una manera cuidadosa que nos informan acerca de aspectos que van de lo psicológico, político, social hasta lo económico.

Desde el punto de vista teórico, constatamos a lo largo de esta investigación que la cultura política no sólo es contenedora de valores, sentimientos y creencias que explican un determinado comportamiento político capaz de afectar la estructura y el desempeño político y gubernamental, sino que es una constante interacción entre cultura y estructura en donde se observa cierta causalidad que actúa en ambas direcciones. Es decir, si un grupo de sujetos no decide votar porque argumentan que:

Todos los partidos políticos hacen lo mismo, todos te roban, todos te prometen para que votes por ellos pero ya cuando están en el puesto no te cumplen. Aquí ya no hay principios de política sino de 'polirica.' Ahora que se chingen porque no vamos a votar. "⁵³

En este sentido ellos están influyendo, limitando más no determinando al sistema político (al partido político e incluso al candidato).

A la inversa sucede igual. Un ejemplo ilustrativo es el de Arturo Montiel, candidato a la gubernatura del PRI cuando decidió sacar al aire un *spot* que decía que "Los derechos humanos son de los hombres no de las ratas".

⁵³ Platica con un grupo de señores. Nezahualcóyotl. Domingo 4 de julio.

Las críticas no tardaron. Pero lo cierto es que dicho *spot* tuvo un impacto mayor más que cualquier otro anuncio de los partidos contendientes que se difundieron en canales de televisión nacionales. El éxito de este anuncio se debió a que rompió con la manera tradicional como los partidos hacían su publicidad. Dicho éxito lo observamos en la medida en que tanto los actores sociales como los políticos hacían comentarios y críticas constantes, es decir, logró quedarse en el recuerdo de la gente. De esta manera, consideramos que el partido político puede influir en el desempeño de las actitudes de los ciudadanos.

Sobre el impacto que pueden tener los medios electrónicos sobre la cultura política, pudimos observar que constantemente aparece, como variable significativa, que cuanto más bajo es el nivel escolar del espectador o receptor, tanto más aumenta el número de ellos y el tiempo que le dedican principalmente a la televisión, lo cual nos lleva a la conclusión de una proporcionalidad inversa entre el grado cultural y, consiguientemente el nivel crítico, y el tiempo que dedica a la recepción. Aquí reside, en parte, la gravedad de la situación. Por lo que argumentamos que los medios de comunicación son otros tantos instrumentos de persuasión, de presión, de inculcación de valores y creencias que inciden en la cultura política de los mexiquenses.

Consideramos que en el contexto contemporáneo del estado de México, la cultura política de los mexiquenses demostró que los vínculos tradicionales de clase social, partido e incluso nacionalidad están sufriendo un cambio y no un debilitamiento como comúnmente se piensa.

En el análisis de los procesos electorales de 1999, consideramos que de acuerdo a la experiencia del PRD en la campaña electoral de 1999 el cambio que la cultura política que este partido experimentará se observara principalmente en dos aspectos:

1. En la vinculación que establecerá con los medios de comunicación la cual se observara más estrecha.
2. Una mayor relación con la burocracia estatal –incluida la parte que registra a los votantes y administra las elecciones.

Ésta investigación sugiere que serán cambios dentro del desempeño del partido que pueden afectar gravemente los niveles de participación electoral a menos que cambien las actitudes del electorado mexiquense hacía el sistema político.

En el análisis de la campaña también observamos que el partido no logró movilizar a los votantes debido a que careció de recursos, de un programa de gobierno; no se logró establecer una propuesta política, competitiva. Incluso, en el lema "Somos mayoría" no existía una propuesta clara. Y el candidato como lo constatamos no demostró gran habilidad para llegar principalmente a los votantes indecisos y descontentos del partido gobernante. Pues carecía de dotes oratorias. Otro aspecto de gran importancia es que el candidato y el partido no conocían a fondo los problemas y el contexto económico, político, social y cultural del estado de México. Ambos resultaron ser incapaces de comprender y aceptar la naturaleza real de la diversidad cultural mexiquense, los cambios en las pautas culturales de los ciudadanos surgidas como consecuencia de las modificaciones en la estructura familiar se desconocían por completo.

A partir de lo anterior nos preguntamos de manera general ¿qué está mermando la legitimidad de las instituciones políticas mexiquenses? A nuestro parecer es el mediocre desempeño económico y político por parte del partido gobernante y el mismo hecho de que el partido no ha mostrado tener una política cuidadosamente planificada así como su propia estructura sin descartar la singular historia de autoritarismo y política unipartidista que caracteriza al estado de México.

En cuanto a la participación ciudadana encontramos una curiosa paradoja de la política del partido. Los ciudadanos, a menudo, se concebían como eficaces, es decir, creían que podían influir en las decisiones de gobierno. Incluso, tanto los *Brigadistas del Sol* como la mayoría de los militantes consideraban que lo que hacían como el simple hecho de repartir volantes proselitistas del partido era hacer política e influir de manera determinante en las acciones del gobierno. No obstante, no estaban informados en materia de política.

Aunque la cultura política de los mexiquenses no se considera altamente participativa. Podemos decir que los mexiquenses expresaron menos apoyo por la toma autoritaria de decisiones. Lo cierto es que no hay un compromiso de los ciudadanos en los asuntos públicos, incluso, se observó una gran desconfianza en los dirigentes y el partido político.

Consideramos que una de las principales causas que ha hecho que la cultura política de los mexiquenses cambie son las experiencias históricas que ha experimentado en los últimos diez años el estado de México. Sobre todo las actitudes y expectativas de los ciudadanos se ha visto influenciada precisamente por los cambios demográficos, la rápida industrialización de la economía mexiquense que se ha observado

principalmente en zonas como Naucalpan y Tlalnepantla, además de los cambios políticos.

Finalmente, un aspecto que consideramos de vital importancia como razón para votar es la identificación con el partido. Ciertamente, en el estado de México hemos observado con gran asombro una sociedad fragmentada en donde sus miembros encuentran cada vez más difícil identificarse con una sociedad política como comunidad, es débil el sentido de pertenencia colectiva, como advertencia, en ésta conclusión mencionamos que se trata de una cuestión que debe debatirse. Por lo tanto, el reto al que se enfrenta todo partido político en el estado de México es el de construir mayorías políticamente efectivas para facilitar la movilización política y evitar que se siga nutriendo esa fragmentación con la experiencia de la impotencia política.

Podemos afirmar que el programa de las *Brigadas del Sol* junto con el comité de base y las diversas actividades proselitistas benefician en el sentido en que estimulan la acción en común que con éxito puede proporcionar una sensación de poder recobrado y fortaleciendo también la identificación con la comunidad. En este sentido negamos que el beneficio de la actividad proselitista en conjunto no se realiza hacia los ciudadanos —cuando son invitados e informados por los Brigadistas del Sol para que participen y se interesen en los asuntos de gobierno y en las campañas— pues, comprobamos que los mismos brigadistas y militantes carecían de información sobre temas de política y en última instancia no consiguen que la gente se interese y participe. Realmente otro tipo de factores más complejos como los valores, la experiencia histórica, el contacto con los medios masivos de comunicación, entre otros aspectos influyen y hacen que la cultura política de una sociedad se vuelva más participativa.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ALONSO, JORGE (COORD.) *Cultura política y educación cívica*. Centro de Estudios Interdisciplinarios-UNAM-Porrúa, México, 1994.

-----, "La antropología política y las elecciones en México", *Nueva Antropología*, Núm. 51, México, 1997.

BARTRA, ROGER, *Las redes imaginarias del poder político*. Grijalbo, México, 1993.

BOOTH, JOHN Y MITCHELL SELIGSON, "The Political Culture of Authoritarianism in México", *Latinoamerican research review*, Vol. XIX, núm. 1, 1984.

CENSO GENERAL DE POBLACIÓN Y VIVIENDA. Estado de México, Resultados definitivos, Tabulados básicos. Tomo I, INEGI, 1995.

GIMENÉZ, RAFAEL y VIDAL, ROMERO, "Encuestas MILENIO-Multimedios: EDOMEX", *Revista Milenio. El acento en política y mil cosas más*, Núm. 92-95, México, Junio 1999.

LOMNITZ, LARISSA y CLAUDIO LOMNITZ e ILLYA ADLER, "El fondo de la forma: la campaña presidencial del PRI en México en 1988", *Nueva Antropología* Núm. 38, México, Octubre de 1990.

PORTAL, MARÍA ANA y CARLOS AGUADO, *Identidad, Ideología y Ritual*, México, UAM-Iztapalapa, 1992.

PORTAL, MARIA ANA y CARLOS AGUADO, "Espacio e identidad social", *Alteridades*, Vol. 2, UAM-Iztapalapa, México, 1991,

RESULTADOS FINALES DE LAS ELECCIONES EN EL ESTADO DE MÉXICO,

SWARTZ, MARC (ed.), "Introduction", *Local-Level Politics; Social and Cultural Perspectives*, Chicago, Aldine Publishers, 1968

TEJERA GAONA, HÉCTOR, "Cultura política: democracia y autoritarismo en México", *Revista Nueva Antropología*, núm. 51, octubre 1996, México.

-----, "Democracia y cultura en regiones étnicas", *Nueva Antropología*, Núm. 39, México, 1991.

-----, "Encuentro de expectativas. Las campañas para diputados y la cultura política en el Distrito Federal", *Nueva Antropología*, Núm. 54, México, INAH/UAM, 1998.

TURNER, VICTOR, *La selva de los símbolos*, Siglo XXI, México, 1990.

Documentos:

- SESTRA, Servicios de tecnología e información estratégica, Estado de México, Preferencias electorales al fin de la campaña, 1999.
- Plan de presencia y acción política juvenil: una nueva generación para el Sol, PRD, 1999.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

- ADAMS NEWBOLD, RICHARD, *La red de la expansión humana*, FCE, México, 1983.
- , *Energía y estructura: una teoría del poder social*. FCE, México, 1983.
- AI CAMP, RODERIC, *La política en México*, México, Siglo XXI editores, 1995.
- , *Reclutamiento Político en México*, México, Siglo XXI editores, 1996.
- ALONSO, JORGE, "Cultura política y partidos en México" Esteban Krotz (coord.), *El estudio de la cultura política en México*, México, CNCA/CIESAS, México, 1996
- BARTRA, ROGER, *La jaula de la melancolía*. Grijalbo, México, 1987.
- CASTREJON DIEZ, JAIME, *La política según los mexicanos*, México, Océano, 1995.
- DE LA PEÑA, GUILLERMO. "La cultura política entre los sectores de Guadalajara", *Revista Nueva Antropología*, núm. 38, octubre 1990, México.
- DE LOMNITZ, LARISSA, *Cómo sobreviven los marginados*, Siglo XXI, México, 1983.
- DUVERGER, MAURICE, "Influencia de los sistemas electorales en la vida política", Albert Batlle, *Diez textos básicos de ciencia política*, España, Ariel, 1992.
- FROMM, ERICH y MICHAEL MACCOBY, *Social character in a Mexican Village, A sociopsychoanalytic study*, Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice Hall, 1970.
- GEERTZ, CLIFFORD, *La interpretación de las culturas*, Gedisa, México, 1978.
- GELLNER, ERNEST, *Naciones y nacionalismo*, México, Alianza/CNCA, 1991.
- GIDDENS, ANTHONY, *Consecuencias de la modernidad*, Madrid, Alianza, 1994.
- GLUCKMAN, MAX, *Politicals, law and ritual in tribal society*, Basil Blackwell, Oxford, 1971.
- GÓMEZ TAGLE, SILVIA, *La frágil democracia mexicana: partidos políticos y elecciones*, México, GV Editores, 1993.
- INGLEHART RONALD, "El renacimiento de la cultura política", *Democratización, partidos políticos y procesos electorales*, México, PRI, 1990.
- KAVANAGH, DENNIS, *Political Science and Political Behavoir*, Londres, Allen & Unwin, 1983.
- KROTZ, ESTEBAN, "Antropología, elecciones y cultura política", *Nueva Antropología*, Vol. XI, Núm. 38, México, Octubre de 1990.

----- , *Utopía*, México, UAM-Iztapalapa, 1988

----- (COORD.) *El estudio de la cultura política en México*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México, D.F., 1996

LEACH, EDMUND, *Sistemas políticos de la Alta Birmania*, Anagrama, Barcelona, 1977.

----- , *Cultura y comunicación: la lógica de la conexión de los símbolos*, Siglo XXI, Madrid, 1978.

LINTON RALPH, *The Cultural Background of Personality*, New York, Appleton-Century-Crofts, 1945.

LIPSET SEYMOUR, MARTIN, *El hombre político: las bases sociales de la política*, Tecnos, 1987.

LIPSET SEYMOUR, MARTIN y STEIN ROKKAN, "Estructuras de división, sistemas de partidos y alineamientos electorales", Albert Batlle (ed.), *Diez textos básicos de ciencia política*, España, Ariel, 1992.

LOAEZA, SOLEDAD, *El llamado de las urnas*, México, Cal y Arena, 1989.

LLOBERA, JOSEPH R., *Hacia una historia de las ciencias sociales*, Barcelona, Anagrama, 1980.

MAUSS, MARCEL, *Sociología y antropología*, Madrid, Ed. Tecnos, 1979

NIVON, EDUARDO, "Urbanización, marginalidad y cultura política", *Alteridades: Anuario de antropología*, UAM Iztapalapa, México, 1990.

NORRIS, PIPA (COORD.) *Critical citizens*, Oxford University Press Inc, New York, 1999.

PARSONS, TALCOTT, *Politics and Social Structure*, Nueva York, Free Press, 1969.

SARTORI, GIOVANNI, *Homo videns: La sociedad teledirigida*, Buenos Aires, Taurus, 1998

SHALLINS, MARSHALL, *Cultura y razón práctica*. Gedisa, España, 1988.