



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Título del trabajo

Clientelismo y Comportamiento Electoral: Un estudio de caso, del Partido de la Revolución Democrática (PRD) en la Delegación Política de Tláhuac, D.F.

TESIS

que para acreditar las unidades de enseñanza aprendizaje de

Seminario de Investigación e Investigación de Campo

y obtener el título de

LICENCIADO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

presenta

Victor Manuel Segura Pérez

Comité de Investigación

Director: Dr. Héctor Tejera Gaona

Asesores: Dra. María Ana Portal Ariosa y Dr. Luis Bernardo Reygadas Robles Gil

México, D.F., Julio de 1999

**Este trabajo esta dedicado a mi madre
y hermano, en reciprocidad a su cariño
y apoyo.**

INDICE

AGRADECIMIENTOS	6
INTRODUCCION.....	7
1. EL CLIENTELISMO: UNA CARACTERÍSTICA DE LA CULTURA POLÍTICA.....	10
1.1 ANTECEDENTES: DEL CORPORATIVISMO ESTATAL AL CORPORATIVISMO CIVIL.....	11
1.1.1 <i>El corporativismo estatal</i>	11
1.1.2 <i>El corporativismo al sector civil</i>	12
1.2 RELACIONES CLIENTELARES Y RECIPROCIDAD.....	13
1.2.1 <i>Cultura política, socialización y agentes socializadores</i>	16
1.2.2 <i>Los partidos políticos y sus actores como agentes de socialización</i>	17
1.2.3 <i>Organizaciones partidistas</i>	18
1.2.4 LAS CAMPAÑAS ELECTORALES COMO PUNTO DE PARTIDA.....	19
METODOLOGÍA.....	20
<i>Herramientas de análisis</i>	21
<i>Etapas de Investigación</i>	22
2. CAMPAÑAS Y GRUPOS DE APOYO	25
2.1 LA CAMPAÑA DEL PARTIDO DE LA REVOLUCIÓN DEMOCRÁTICA	25
2.1.1 <i>La importancia de las redes</i>	25
2.1.2 <i>Presencia de redes en Iztacalco y en Tláhuac</i>	26
2.2 LA CAMPAÑA EN TLÁHUAC	27
2.2.1 <i>Organización formal y estructura de la campaña</i>	27
2.2.2 <i>Equipo Técnico, “Brigadas del Sol” y Grupos de apoyo: Percepción y Expectativas</i>	28
2.2.3 <i>Primer grupo: Equipo Técnico</i>	29
2.2.4 <i>Segundo grupo: Las “Brigadas del Sol”</i>	30
2.2.5 <i>Tercer Grupo: Grupos de apoyo</i>	32
2.3 PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE APOYO EN LAS ACTIVIDADES DE CAMPAÑA	34
2.3.1 <i>Visita domiciliaria</i>	34
2.3.2 <i>Recorridos en lugares públicos (mercados, escuelas)</i>	39
2.3.3 <i>Mitines y Festivales</i>	40
2.3.4 <i>Reuniones Vecinales</i>	41
2.4 CIERRES DE CAMPAÑA.....	42
2.4.1 <i>Cierre de campaña en la Delegación Política de Tláhuac</i>	42
2.4.2 <i>Cierre de campaña en el Zócalo de la Ciudad de México</i>	44

2.5 CRÓNICA DE UNA VICTORIA.....	45
CONSIDERACIONES.....	46
3. RELACIÓN CLIENTELAR Y RECIPROCIDAD: UN ESTUDIO DE CASO EN “TIERRA Y LIBERTAD”	53
3.1 TIERRA Y LIBERTAD: ANTECEDENTES DEL PREDIO	54
3.1.1 <i>Situación Socioeconómica</i>	55
3.1.2 <i>Motivos que influyeron en la percepción de los habitantes de San Pedro Tláhuac, para la apropiación del predio</i>	56
3.2 FUNDACIÓN DE LA ASOCIACIÓN VIVIENDA UN DERECHO A LOS HIJOS DE TLÁHUAC (VDHT).....	58
3.2.1 <i>Objetivos</i>	58
3.3 ESTABLECIMIENTO DE REDES DE FMR CON LOS MIEMBROS DE VDHT	60
3.3.1 <i>La invitación a FMR</i>	60
3.3.2 <i>Resguardo del predio</i>	60
3.4 COMIENZA LA LUCHA	62
3.4.1 <i>Primer Día: Inicio del Proceso Legal</i>	62
3.4.2 <i>Segundo día: La identidad como estrategia de lucha</i>	62
3.4.3 <i>Tercer día: Elaboración de la minuta</i>	64
3.5 CUMPLIMIENTO DE LOS ACUERDOS	64
3.5.1 <i>La construcción de los módulos de vigilancia</i>	64
3.5.2 <i>La comisión tripartita y la realización del estudio socioeconómico</i>	65
3.6 ENFRENTAMIENTOS, MARCHAS Y DESERCIÓN	68
3.6.1 <i>La lucha diaria</i>	68
3.6.2 <i>Deserción e inconformidad</i>	70
3.7 LEGITIMIDAD POLÍTICA DE FMR	71
3.7.1 <i>28 de Noviembre</i>	71
3.7.2 <i>Un nombre para la colonia</i>	72
3.7.3 <i>Percepción de los colonos en torno a FMR</i>	72
3.8 ¿IDENTIFICACIÓN CON EL PRD O CON FMR?.....	74
3.8.1 <i>Reafirmación de los lazos de reciprocidad</i>	75
3.8.2 <i>La campaña y resultados del día 6 de julio de 1997</i>	77
3.8.3 <i>La asesoría no termina</i>	84
ANEXOS	90
ANEXO 1 TRAYECTORIA Y PROPUESTAS	90
ANEXO 2 CUESTIONARIO DISTRITO 27.....	93

ANEXO 3 CALLES Y CERRADAS.....	100
ANEXO 4 PERIODICO.....	102
ANEXO 5 DEMANDANTES.....	107
ANEXO 6 MINUTA DE ACUERDO.....	107
ANEXO 7 CIRCULAR PARA LA ELABORACIÓN DEL ESTUDIO SOCIOECONÓMICO	108
ANEXO 8 INFORMANTES	109
BIBLIOGRAFÍA.....	110

AGRADECIMIENTOS

Seria imposible mencionar todas las personas que apoyaron de alguna u otra forma el presente, pero, dentro de ellas queremos mencionar las que fueron fundamentales para la elaboración del mismo. Empezaremos agradeciendo el apoyo incondicional del Lic. Alejandro Ordorica Saavedra, Dr. Gilberto López y Rivas diputados Federales por el distrito 27 y 14. A Francisco Martínez Rojo y Martha García Rocha Diputados Locales por el Distrito 36° y 14 miembros del Partido de la Revolución Democrática así como de su equipo de campaña. Al Lic. Carlos Lennon González Hernández vocal ejecutivo del 27 Distrito Electoral Federal, a los responsables de las casas de atención al ciudadano en Tláhuac e Iztacalco, así como a los colonos de “Tierra y Libertad” y en especial a quienes me permitieron generosamente, compartir su tiempo, vivencias, anécdotas, historia, creencias y fiestas.¹

De la misma forma queremos agradecer a la Dra. María Ana Portal, al Dr. Luis Reygadas por su tiempo y amables sugerencias al presente, así como al Consejo Nacional para la Ciencia y la Tecnología (CONACYT), por el apoyo otorgado para el desarrollo de la investigación.

Alma Rosa Ramírez Ramírez, Juana Araceli, Joaquín Ventura Sique, Edgar Linares, Jesús Vázquez y el equipo de investigación del proyecto Cultura Política, son referencias indispensables pues con ellas compartimos diversas experiencias, ideas y valiosas sugerencias. A Víctor Manuel García Torres por su valioso apoyo en la corrección de estilo y redacción.

Como siempre los últimos serán los primeros, de forma muy especial quiero agradecer al Dr. Héctor Tejera Gaona y a la Fundación Tejera por ser una pieza fundamental en el desarrollo y conclusión del trabajo, así como permitirme compartir agradables momentos que indudablemente motivaron y ayudaron en la realización del presente, ya que son pocos los maestros que como él, motivan la investigación en sus alumnos.

A todas estas personas mi sincero agradecimiento.

¹ Ver anexo 8, denominado Informantes.

INTRODUCCION

El presente trabajo forma parte de una amplia investigación realizada en torno al seguimiento realizado a 8 de las campañas electorales realizadas por candidatos a diputación federal y local del PAN, PRD y PRI² en algunos distritos electorales, que tiene como objetivo mostrar la forma en que el establecimiento de prácticas clientelares y de reciprocidad por partidos políticos en colonias, calles, barrios, unidades habitacionales, departamentos a través de sus miembros influye en el comportamiento electoral en sus habitantes.

Creemos que las campañas electorales son un espacio adecuado para la ubicación de dichas zonas. Pareciera ser que las campañas van orientadas a la presentación de programas que tienen la finalidad de mejorar la calidad de los servicios y vida de la ciudadanía, sin embargo las campañas políticas son un espacio en el cual las personas acceden a una relación más cercana con sus próximos representantes reforzando en algunos casos lealtades o en otros estableciendo nuevos u anteriores compromisos y obligaciones con ellos al negociar su voto.

Por razones del tema a abordar se tomará únicamente la campaña realizada por el PRD en la Delegación Política de Tláhuac debido a que en las campañas realizadas en la Delegación Iztacalco y Benito Juárez se observó poca participación de personas pertenecientes a organizaciones partidistas. En una segunda instancia retomaremos la historia de la colonia Tierra y Libertad con el fin de mostrar la forma en que se amplían las redes, se obtiene legitimidad y lealtad política a través de prácticas clientelares entre colonos y actores políticos.

Para un mejor desarrollo del tema dividiremos en tres capítulos; en el primer capítulo presentaremos el marco teórico que sustentara el mismo, abordando conceptos propios del campo político como: *cultura política, red política y relaciones clientelares y legitimidad política*. De la misma forma se presentará la metodología utilizada, así como las dificultades que presenta el trabajar en espacios politizados.

² Este trabajo se realizó dentro del proyecto *Cultura Política* coordinado por el Doctor Héctor Tejera, profesor de la UAM Iztapalapa. Asimismo en el equipo de investigación participaron Liliana Cruz, Fabiola Flores, Gloría García, Norma Angelica Jaramillo y Oscar Mendizabal.

En el segundo capítulo haremos una descripción de la campaña realizada por los candidatos al distrito federal 27 y local 36 del PRD en la delegación política de Tláhuac, con el fin principal de mostrar la percepción, demandas, expectativas clientelares de los miembros pertenecientes a los grupos de apoyo (militantes y simpatizantes pertenecientes a organizaciones partidistas) que participaron en las actividades proselitistas. La forma en que opera una relación clientelar dentro de la realización de los actos de proselitismo ubicar zonas en las cuales sus miembros denotan una tendiente simpatía, así como también una participación activa en los actos de proselitismo realizados por los candidatos que ejemplificará de forma general la forma en que funcionan dentro de un contexto electoral para en la tercera etapa de investigación con el motivo de fin de conocer su percepción y expectativas dentro de los actos de proselitismo.

La razón por la cual se escogió las campañas del PRD y la colonia, fue ubicar zonas que mostrarán una relación más estrecha con líderes u organizaciones del partido, mediante apoyo de cualquier índole, ya fuera económico, jurídico, o gestoría; relación que será definida en el presente trabajo como relaciones clientelares y de reciprocidad en la reafirmación del voto duro. En el tercer capítulo se ubicará en un espacio centralizado por quién fue candidato a la Asamblea Legislativa por el Distrito 36, espacio en el cual no fue necesaria la negociación del voto, debido a que en dicho lugar un trabajo de asesoría realizado anteriormente su presencia en el tiempo de campaña solamente fue para reforzar los lazos ya existentes.

Al final realizaremos un análisis de la importancia que tiene el establecimiento y mantenimiento, de las relaciones clientelares y de reciprocidad en la creación como en la ampliación de redes políticas de un partido o candidato, para su posterior utilización en un momento específico.

CAPITULO

I

1. El clientelismo: una característica de la cultura política

El objetivo del presente capítulo es presentar el marco teórico que sustentará la hipótesis central del trabajo: ¿la presencia de organizaciones o líderes de partido influye en el comportamiento electoral de los miembros de éstas? Como plantea Peschard, al hablar de comportamiento electoral:

hacemos referencia a una conducta política básica que relaciona a la población con el poder, es decir, a la sociedad con el Estado. El tema del comportamiento electoral se inscribe en el marco de una forma específica de la democracia representativa, en que la fuente última del poder reside en la voluntad de los ciudadanos, a cual se manifiesta a través del voto. En este sentido, el comportamiento electoral es una esfera particular del comportamiento político que se caracteriza por su naturaleza institucional y convencional, en tanto que está definido por reglas establecidas y estandarizadas, y que se objetiva en el sufragio.³

En este trabajo hemos decidido enfocarnos a una característica de la Cultura Política que, en particular, nos conduce a dilucidar el comportamiento electoral en zonas con presencia de actores políticos (líderes, intermediarios, presidentes de comités, etc.), ella es el *clientelismo*. Pero para conocer si ella influye en el comportamiento electoral, es necesario analizar los procesos de socialización política que conducen a adoptar posturas clientelares respecto a su sistema político.

Los conceptos teóricos retomados de la Ciencia Política, la Antropología y la Sociología son de vital importancia para el desarrollo de nociones necesarias para abordar el estudio de fenómenos como: las relaciones clientelares y de reciprocidad, la legitimidad política, las redes políticas, agentes socializadores, partidos, organizaciones partidistas, así como la cultura política y los elementos que la integran. Estos conceptos nos ayudarán a desarrollar nuestro andamio teórico, en donde el eje de análisis central son las relaciones sociales establecidas por los líderes o representantes de las organizaciones partidistas con los integrantes de éstas.

Antes de comenzar a definir los conceptos que delimitaran el marco teórico iniciaremos presentando un antecedente de las relaciones clientelares para, en una segunda instancia, definir al

³ Jacqueline Peschard, *Cambio y continuidad en el comportamiento electoral del Distrito Federal, 1988-1994*, México, El Colegio de México. Tesis de doctorado en ciencias sociales, 1995, pág. 1.

clientelismo, cómo éste opera y quiénes intervienen en él. Los elementos que emplearemos para analizar dicho fenómeno se sustentan en las interrogantes que desde el inicio de la investigación nos han motivado a elaborar esta tesis.

1.1 Antecedentes: del corporativismo estatal al corporativismo civil

1.1.1 El corporativismo estatal

Antes de hablar de las relaciones clientelares abordaremos de una manera general sus antecedentes ubicados en el corporativismo estatal utilizado por el Estado Mexicano a partir de los años treinta. Como señala Javier Aguilar García, el corporativismo no fue solamente un mecanismo de representación de grupos sociales, sino también una estrategia de dominación para mantener y ampliar el poder del Estado.⁴ El mantenimiento y ampliación de su poder en instituciones gubernamentales se logró mediante la coerción hacia sus agremiados como forma de influir en su comportamiento electoral.

El control del Estado se enfocó no solamente a los sindicatos pertenecientes a su estructura, sino que también corporativizó a organizaciones independientes del sector campesino, popular y obrero. Para ello formó y absorbió al mismo tiempo organizaciones como la Confederación de Trabajadores de México (CTM), la Confederación Nacional Campesina (CNC), la Confederación Nacional de Organizaciones Populares (CNOP), la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (Canacintra), la Confederación Nacional de Cámaras Industriales (Concamin) y la Confederación Nacional de Cámaras de Comercio (Concanaco). Las tres últimas organizaciones mencionadas, aunque tendrán una mayor autonomía que las organizaciones obreras, campesinas y populares, son sancionadas por el Estado quién da el visto bueno a sus actividades (Morris: 1992, 44-45).

El centralismo del poder ejecutivo federal que desde los años treinta subordinó las organizaciones, se encontró con importantes cambios en los sectores económicos, políticos y sociales entre los que figuran la participación de corrientes sociales, así como partidos de izquierda en la petición de una reforma electoral. Uno de los ejemplos es el movimiento Henriquista el cual representó una fractura significativa para el PRI en el terreno electoral, la insurgencia sindical

⁴ Aguilar, García Javier. "El Estado Mexicano..." en Alonso Jorge, *El Nuevo Estado Mexicano: Estado, Actores y Movimientos Sociales*, Tomo III. Edit. Nueva Imagen, 1994, pp. 48-49

prosiguió con el movimiento magisterial y ferrocarrilero en 1958 y 1959 (Tagle, Silvia: 1993, 124-127) disminuyendo la fuerza del partido de estado entre sus agremiados.

El mantenimiento del corporativismo estatal realizado a través de políticas populistas destinando recursos económicos significativos hacia el gasto público, a las organizaciones dependientes a él, al sector público con mayor grado de marginación socioeconómica se enfrenta en los años ochenta con la Reforma del Estado impulsada en la administración de Miguel de la Madrid, en el cual el proyecto impulsado por la política benefactora del Estado es suplantado gradualmente por un proyecto *neoliberal* que propone una liberalización del mercado, privatización de las paraestatales, así como intentar desmantelar su aparato corporativo abandonando el discurso populista, discurso que como fue de esperarse no se cumplió como veremos mas adelante.

1.1.2 El corporativismo al sector civil

Ante la política neoliberal implementada paulatinamente, el partido oficial representado por el Estado fue perdiendo en el transcurso del tiempo legitimidad política ante sus grupos corporativos, al ver afectadas la solución a sus demandas e intereses. En consecuencia, sus integrantes dejaron de apoyar al Estado y al partido al que pertenecen. El Partido Oficial, así como los demás institutos políticos, han tenido que buscar nuevas estrategias para conseguir simpatizantes indispensables para el mantenimiento de su poder político con ayuda de los agentes socializadores.⁵

A partir de fricción generada entre el Estado con un considerable número de organismos corporativos, el partido oficial buscó mantener y ampliar su poder a partir del establecimiento de lealtades políticas con la sociedad civil y organizaciones independientes mediante relaciones clientelares y de reciprocidad que, con el transcurso del tiempo, se fueron identificando con determinados grupos políticos que les ofrecían apoyo sin solicitar una retribución en el momento de otorgar su apoyo. Esta estrategia fue también empleada por otros partidos emergentes para agenciarse simpatizantes, aunque sus resultados estuvieron limitados por la carencia de recursos.

La búsqueda de lealtades políticas tiene uno de sus mejores ejemplos en los programas de bienestar social impulsados en el régimen de Carlos Salinas de Gortari como fue el caso de PRO-

⁵ Sobre este concepto véase la sección Cultura política, socialización y agentes socializadores.

CAMPO, SOLIDARIDAD, PRONASOL y el Pacto para la estabilidad y Crecimiento Económico (PECE), los cuales buscaban reforzar los lazos entre el Estado con sus organizaciones, así como establecer alianzas con organizaciones independientes y la ciudadanía. Esta estrategia se aplicó sin olvidar el proyecto Neoliberal, como señalan Ramírez (1994,183-184) y Arroyo (1994: 112-113).

Cabe aclarar que aunque hubo una fricción del Estado con algunos de sus corporaciones, ello no indica que el corporativismo estatal haya tendido a desaparecer, sino que existe una reformulación del mismo y una búsqueda de nuevos espacios donde éste comienza a operar, en este caso en el ámbito civil. Una diferencia entre el corporativismo estatal y el corporativismo civil, es que mientras en el primero se intentó mantener el poder del estado a través del control de los trabajadores mediante la coerción; en el segundo el mecanismo de control, para este caso el neocorporativismo,⁶ se dio, no a la clase trabajadora sino a la sociedad civil y organizaciones independientes a partir de relaciones clientelares y de reciprocidad que a continuación desarrollaremos.

1.2 Relaciones clientelares y reciprocidad

En nuestra vida diaria establecemos constantes relaciones de reciprocidad, parafraseando a Malinowski, Tejera sintetiza la propuesta de éste antropólogo de la siguiente forma: “la función de la reciprocidad es establecer una armonía social, a partir de los deberes y derechos de cada uno de los integrantes de la sociedad mediante el intercambio recíproco de bienes” (Tejera: 1996,74-75) De esta forma, si una persona nos presta sus herramientas para reparar el automóvil, estaremos obligados moralmente a corto, mediano o largo plazo a corresponder el favor recibido, al momento en que éste nos sea solicitado mediante el préstamo de dinero, del automóvil o de otro bien o servicio con el fin de mantener una relación de reciprocidad que puede ser importante para quienes la establecen. Aunque el valor económico del bien o servicio que nos hubiere sido prestado o cedido no corresponde al valor del bien o servicio devuelto, para ambos esta igualdad no reside en el valor económico, sino a los términos de en que sea satisfecha la necesidad.

⁶ El concepto de neocorporativismo utilizado por Ramírez Manuel, lo define como la refuncionalización de prácticas patrimonialistas y clientelares que tienen el fin de recuperar el respaldo no del sector trabajador, sino del ciudadano. RAMIREZ, Manuel. Entre el corporativismo... en Alonso, Jorge. El nuevo estado mexicano: estado.

El ejemplo antes referido nos sirve para mostrar la forma en cómo opera la reciprocidad en un contexto social, y la posibilidad de trasladarlo a cualquier contexto, ya sea el familiar, el laboral, el escolar y en la vida política. En este último contexto, la relación de reciprocidad que se establece entre actores políticos con los actores sociales la denominaremos como *una relación clientelar y de reciprocidad*. Antes de definir nuestro concepto fue necesario considerar algunas definiciones realizadas por Axel Lazari² para, posteriormente, elaborar una síntesis de los elementos que nos servirían para la interpretación de datos obtenidos en la investigación realizada en campo.

- Alan Zuckerman la define como el agrupamiento social de individuos marcadamente desiguales en relaciones recíprocas personalizadas, este vínculo se basa en la lealtad personal, en la obligatoriedad y en el intercambio de bienes.
- Jeremy Boissevain concibe al clientelismo como la relación asimétrica, cuasi moral, entre una persona que proporciona ayuda y protección, y/o que influye sobre personas que puede proporcionarles servicios a las personas que les proporciona su apoyo. Los clientes a su vez proporcionan su lealtad y apoyo cuando se les solicita.
- Sabri Sayari define al patronazgo como un mecanismo regulador de las relaciones sociales entre individuos y grupos que tienen diferentes grado de acceso a los recursos políticos y económicos. Una característica principal que menciona es la desigualdad económica y política.
- Luis Roginer propone que el establecimiento de la relación inicia en torno al dominio monopólico por parte de los patrones e intermediarios de los bienes a intercambiar, crea relaciones de reciprocidad y obligatoriedad a largo plazo.

En las definiciones mencionadas notamos que dos puntos centrales que abordan los autores son, por un lado, el énfasis sobre el intercambio recíproco de bienes y servicios; y por otro, la desigualdad económica y/o política entre patrón y cliente. Los dos puntos resaltados, así como

actores y movimientos sociales. Tomo III. De Nueva Imagen, México. 1994. 290 págs.

² Lazari, Axel. *Panoramas de la Antropología Política en el Clientelismo*. Cuadernos de Antropología Social No. 7. Año 1993, Buenos Aires. pp. 9-33.

algunas consideraciones retomadas de cada autor serán de gran importancia para la definición que hemos elaborado:

Consideramos las relaciones clientelares y de reciprocidad como la serie de derechos y obligaciones que contraen individuos marcadamente desiguales en el intercambio a mediano o largo plazo de bienes y servicios desiguales, pero que son percibidos y valorados por ambos como equivalentes. Algunos factores que influyen en la creación de dicha relación son: un bajo nivel socioeconómico y político percibido en la debilidad de los lazos entre la administración pública y los ciudadanos en el acceso a los recursos políticos, económicos o sociales.

Aunque en la relación clientelar uno de los dos actores (partidos y líderes políticos) que intervienen en el ámbito político posea mayor nivel económico y relaciones políticas, la relación de dependencia existente entre ambos es correlativa, ya que uno no existe sin el otro. Por ejemplo los partidos políticos, para alcanzar el poder necesitan del apoyo de sus militantes, necesidad que pudiera manifestarse en momentos en los cuales sus militantes mantengan una posición dependiente con respecto al partido, pero existe la posibilidad de que en el tiempo de elecciones pasen de una posición dependiente a una dominante al acceder o negar su apoyo necesario para el partido.

Esta relación de dependencia relativa puede ser observable a través de la relación clientelar y de reciprocidad, el intercambio de bienes o servicios entre actores políticos (líderes, dirigentes, partidos, diputados, senadores, etc.) con los ciudadanos, militantes o simpatizantes. El intercambio de los bienes o servicios efectuado en la relación clientelar puede abarcar desde el otorgamiento de tierra, la apertura de oportunidades laborales, de seguridad social, préstamos de dinero, herramientas, la intermediación en la gestión pública, o la reducción en pago de predial, escrituración, pago de agua, programas de vivienda, o poda de arboles. También por la obtención de legitimidad y prestigio, apoyo a actividades proselitistas de algún candidato (mítines, reparto de propaganda, pinta de bardas, realización de encuestas, plantones, labor de campaña) o el voto.

Para analizar la forma en que se establece y regula la relación clientelar, y si hay equidad en el intercambio a pesar de la desigualdad de los bienes o servicios, hemos considerado de gran ayuda el concepto de cultura política, ya que en su formulación encontramos algunos elementos de análisis muy importantes. Ello teniendo en consideración a partir de los antecedentes expuestos, que el clientelismo es una característica de la cultura política mexicana.

1.2.1 Cultura política, socialización y agentes socializadores

Hemos considerado adecuado utilizar algunos de los elementos contenidos en la formulación del concepto de cultura política, ya que éste crea un puente que nos ayuda a vincular los procesos de socialización política -en este caso la socialización a partir del clientelismo- con los motivos que conducen a los individuos a tomar una decisión específica a favor de un determinado partido político al momento de emitir su voto.

La definición de cultura política que consideramos adecuada para sustentar el análisis que realizaremos es la siguiente:

conjunto heterogéneo, contradictorio y desarticulado de valores, conocimientos, opiniones, creencias y expectativas que puede ser recodificado y empleado coyunturalmente por los actores o grupos sociales como resultado de los procesos de objetivación con el propósito de alcanzar - o ampliar su capacidad de obtención - ciertos beneficios al actuar sobre las estructuras institucionales y de poder. (Tejera: 1998:35)

Para nuestro propósito al hablar de la existencia de una cultura política clientelar, nos apoyamos en los elementos heterogéneo y desarticulado de valores, conocimientos, opiniones, expectativas, creencias y actos de personas pertenecientes a organizaciones partidistas o de los ciudadanos tienen en relación con el intercambio de bienes o servicios con sus líderes (militantes o simpatizantes), o con los candidatos en tiempos proselitistas (ciudadanos).

Pero a pesar de la heterogeneidad de elementos que se pueden observar es posible encontrar algunas características generales de la cultura política, como puede ser una cultura política activa en donde los ciudadanos participan tanto en el momento de ir a emitir su voto, así como de informarse en torno a la vida política de su país; abstencionista, en donde los ciudadanos muestran un desinterés a temas políticos y reflejada por su apatía hacia el proceso electoral; ritual en donde las elecciones solamente se realizan con el fin de legitimar la presencia del partido oficial ó clientelar, en donde la orientación política, así como el voto se encuentra condicionado por el constante intercambio de bienes y servicios entre dependencias públicas o partidistas con la ciudadanía o sus grupos corporativos.

Propiamente los valores, conocimientos, expectativas, creencias, opiniones que orientan y conducen a los ciudadanos a realizar ciertos actos y adoptar determinada cultura política a los actores o grupos sociales se realiza a través de un proceso de socialización. La socialización es el

espacio en donde se realiza la formación política de los individuos a través de la adquisición conocimientos o creencias en referencia a su sistema político transmitidos por los agentes socializadores. (Reyes: 1994, 325)

Los agentes socializadores son los encargados de proporcionar la información que va formando el conocimiento y opiniones de los individuos hacia su sistema político. A partir de la información recibida por los agentes socializadores los individuos codifican la información generando y albergando expectativas, demandas y opiniones en torno a su sistema político.⁸ En la primer etapa de formación del individuo, es la familia la encargada de su socialización, después de ello es la escuela, el estado, los medios de comunicación y los partidos políticos así como sus actores fungen como los agentes que afinaran los conocimientos aprendidos en la primer etapa. Nuestro interés como hemos definido anteriormente se ubica en el quinto agente socializador: los partidos políticos.

1.2.2 Los partidos políticos y sus actores como agentes de socialización

Los partidos políticos son instituciones importantes en la socialización política de los individuos y de las organizaciones sociales, ya que proporcionan información política, económica o social a través de sus representantes (líderes o dirigentes) con el fin de legitimarse políticamente. Entendemos como legitimación la capacidad que tienen los partidos de generar y mantener entre sus representados la creencia de que son los mas calificados para solucionar sus demandas y expectativas, recurriendo para ello a los recursos que encuentren disponibles, los cuales - como menciona Jorge Alonso en su libro *Cultura Política y Educación Cívica*, pueden ir: “desde la eficacia de su propio desempeño hasta la propaganda más engañosa”. (1994: 61)

La legitimidad política que obtenga el líder al interior de una organización, calle, vecindad, colonia, departamento o Unidad Habitacional por su labor como representante, intermediario, gestor, asesor es de máxima importancia tanto para el partido como para él. En el primer caso, debido a que es una forma de obtener militantes y simpatizantes para el partido; en el segundo,

⁸ PYE, Lucian W. *Cultura Política*, en Enciclopedia de las Ciencias Sociales. Págs. 323-328.

Vol. III, Ed. Aguilar, Madrid 1974.

porque es una forma para ascender políticamente mediante la obtención de cargos en la administración pública o en el partido mismo.

Resaltamos que la legitimidad política no sólo se obtiene a partir del ascenso obtenido, sino del reconocimiento que le otorguen los militantes y simpatizantes, de acuerdo a los resultados del desempeño de su labor y el constante mantenimiento de su apoyo hacia estos. Uno de los espacios creados por el partido y líder para obtener legitimidad política, así como militantes y simpatizantes son sus organizaciones partidistas ubicadas en colonias, unidades habitacionales o zonas barriales.

1.2.3 Organizaciones partidistas

Definimos a una organización partidista como un conjunto de militantes y simpatizantes dirigidos por un representante, conjunto que mantiene en su interior diversas demandas y expectativas personales o colectivas. Es importante destacar que en las organizaciones partidistas, sus miembros han aceptado compartir bienes colectivos y una estratificación tácita que, como resalta Jaime Castrejón al retomar las ideas de Michels, usualmente se integra por los siguientes niveles.

- Directivos y sus cuadros que realizan actividades de organización, desarrollo, labor didáctica de propagar la ideología o los bienes colectivos, detección de las inconformidades de la ciudadanía y creación de las plataformas políticas y estrategias electorales.
- Militantes que participan del trabajo de partido, pero no en la creación de políticas; éstos promueven y difunden los bienes colectivos y apoyan la consecución de ciertos objetivos de los cuadros o dirigentes para promover los bienes selectivos.
- Simpatizantes, los cuales son realmente el fiel de la balanza en las elecciones. Si solamente se sufragaran los afiliados al partido, los votos serían muy pocos y las preferencias no partidistas casi incuantificables.

Asimismo en dicha estratificación, Jaime Diez señala que los partidos políticos buscan atraer la simpatía de la ciudadanía hacia sus posiciones, puntos de vista, práctica costumbres a través de sus líderes o dirigentes. (1995: 189-190) Una de las estrategias utilizadas para la creación y mantenimiento de las organizaciones, es el establecimiento de relaciones clientelares y de reciproci-

dad tanto para mantener a sus militantes como para atraer el mayor número de simpatizantes posibles.

Una característica importante de la utilización de las relaciones clientelares y de reciprocidad es que ayuda a ampliar la red política del partido, red que es caracterizada por la “ilimitada”² serie de relaciones sociales que establecen los líderes o representantes con los miembros de sus organizaciones y la ciudadanía, en la búsqueda de militantes y simpatizantes que pueden ofrecer su apoyo en los procesos proselitistas y electorales. Es importante mencionar que es el último grupo al cual los partidos buscan atraer con mas insistencia, ya que los simpatizantes son la “población flotante de los procesos electorales”, debido a que no establecen lealtades permanentes.

1.2.4 Las campañas electorales como punto de partida

A nuestro parecer el proceso de proselitismo y el proceso electoral son los espacios más adecuados para el análisis de los procesos de socialización política entre partidos con sus organizaciones partidistas (militantes y simpatizantes), ya que éstos nos permiten observar si es pertinente o no hablar del clientelismo como una característica de la cultura política, a partir del estudio de zonas donde encontramos la presencia de líderes y organizaciones, a cuyo seno podemos encontrar expresiones tanto de militantes y ciudadanos tales como el rechazo, apoyo o indiferencia hacia el sistema político o sus actores.

Decimos que las campañas electorales son un espacio adecuado para nuestro análisis, ya que pareciera ser, que las campañas electorales van orientadas a la presentación de programas que tienen la finalidad de mejorar la calidad de los servicios y vida de la ciudadanía en la Ciudad de México. Sin embargo y como trataremos de ir mostrando en el capítulo segundo, las campañas políticas son un *mercado político* en el cual candidatos presentan opciones o alternativas a la ciudadanía, la cual encuentra la oportunidad para acceder a una relación más cercana con sus próximos representantes, para la cual pretende estableciendo lealtades permanentes o instantáneas al negociar su voto en algunos por la solución sus demandas o expectativas (Alonso: 1994, 98-

² Es importante detallar como menciona Adrian C. Mayer que la red “es limitada por la totalidad de la población que se estudia, o por las discontinuidades de las relaciones sociales producidas por sus propios criterios, por lo que el concepto de “ilimitada” es relativo”. Mayer, Adrian, “La importancia de los cuasi-grupos en el estudio de las sociedades complejas”, M. Banton (ed.), *Antropología social de las sociedades complejas*, Madrid, Alianza, 1980, p.

99). En el caso de las organizaciones partidistas y grupos de apoyo este espacio sirve para reafirmar sus lazos, recordar o crear nuevos compromisos.

Aunque existe una negociación o reafirmación de lazos (en este caso por parte de las organizaciones partidistas) en el proceso proselitista, debemos tener en cuenta como afirma Silvia Gómez Tagle, la serie de obligaciones que contraen empiezan al terminar el proceso electoral:

hay que tener presente que los períodos electorales, tanto federales como locales, abren espacios para la negociación interna en el Partido de Estado (o en uno distinto) entre los aspirantes a las candidaturas, y entre los grupos de intereses o corrientes ideológicas que los apoyan; así como fuerzas sociales ajenas al PRI, ya sea que estén representadas por un partido de oposición o que actúen en forma autónoma. (1998: 31)

Es por ello que el interés de participar en las elecciones es observar, la forma en que las personas pertenecientes a organizaciones partidistas crean y reproducen una cultura política clientelar en el momento de reafirmar su lealtad, al mismo tiempo que crean nuevos compromisos con el partido representante de sus intereses a través de su participación en las actividades realizadas por los candidatos.

Metodología

Para responder a las inquietudes y obtener una respuesta académica utilizamos el método etnográfico el cual se enfocó a realizar una caracterización de las zonas de estudio partiendo de una visión macro para arribar a una micro. Lo anterior para, en un segundo momento, mostrar el papel que desempeñan los grupos de apoyo en un espacio como los son las campañas electorales, así como el papel que tienen los actores políticos en su zona de residencia.

El análisis fue trazado tratando de responde a las siguientes preguntas:

- ¿La participación de grupos ajenos al comité de campaña es resultado del establecimiento de relaciones clientelares?
- ¿Su participación es resultado de la expectativa de solucionar ciertos problemas debido a su bajo nivel económico o a la falta de representación política ante la administración pública?
- ¿Cuáles son las características de los grupos de apoyo?
- ¿Cómo se establecen dichas relaciones?

- ¿Qué beneficios obtienen tanto los grupos de apoyo como los candidatos y los miembros de su equipo?
- ¿Las relaciones clientelares pueden influir en el comportamiento electoral en una zona con presencia partidista?

Herramientas de análisis

Para realizar la investigación decidimos utilizar las siguientes técnicas asociadas a las estrategias utilizadas por la antropología y la sociología ya que, conforme a los propósitos que nos planteamos, las consideramos como las más adecuadas para ahondar en el estudio de las relaciones clientelares y permitir la caracterización de las dos áreas de estudio. Estas técnicas fueron las siguientes:

- Entrevistas abiertas. Esta herramienta nos permitió conocer a profundidad el grado de relación que mantenían los grupos de apoyo y los actores políticos (candidato, miembros de su equipo y líderes de organizaciones partidistas,) a partir de su percepción, opinión, conocimiento y expectativas.
- Observación participante. A partir de ella intentamos abordar - como proponía Malinowski- la correspondencia entre lo observado durante el trabajo en terreno en cuanto al comportamiento al realizarse actividades de proselitismo como: repartir volantes, pintar bardas, gritar consignas, labor de convencimiento con sus vecinos o conocidos etc. y, por otra parte, los valores y normas que quienes las realizaron expresaron al ser entrevistados.
- Encuesta. Esta herramienta se utilizó en la tercera etapa de investigación, y tuvo como objetivo conocer en forma general la percepción, expectativas, demandas, opiniones, creencias que los miembros de la colonia investigada tenían del partido y en especial del candidato local quién fuera asesor en la fundación y desarrollo de la misma.¹⁰

¹⁰ En la sección anexa se presenta una copia del cuestionario (Anexo)

Etapas de Investigación

La investigación se realizó en cuatro etapas iniciando de Septiembre de 1996 y finalizando en julio de 1998.

Primer Fase

- La primera fase de investigación fue realizada de septiembre de 1996 a Enero de 1997. Cuando comenzamos a trabajar en el proyecto *Cultura Política en el Distrito Federal*, notamos que era un tema del cuál no teníamos información anterior que nos apoyara, por lo cual se decidió realizar esquemas que nos proporcionaran una lista de conceptos útiles referentes al tema. Después de realizar la lista iniciamos la búsqueda de dichos conceptos en bibliotecas públicas, centros de investigaciones, revistas políticas, periódicos.

En algunos momentos fue difícil el acceso al material, en algunos casos por la poca existencia de trabajos relacionados con el tema de cultura política y clientelismo, en otros por la falta de atención y cortesía de las personas encargadas de proporcionar dicho material. La búsqueda del material terminó con la realización de un fichero bibliográfico y hemerográfico que contempló conceptos teóricos, estudios de caso, metodología y artículos de opinión que ampliaron nuestro panorama y delimitación de un tema en particular plasmado en el proyecto titulado inicialmente como *Relaciones Clientelares y de reciprocidad*.

Segunda Fase

- Esta fase se realizó a partir de abril de 1997 al mes de julio del mismo año. En ella se siguió el desarrollo de 8 campañas electorales a Diputación Federal y Local (dos del partido Acción Nacional [PAN], tres del Partido de la Revolución Democrática [PRD] y tres del Partido Revolucionario Institucional [PRI]).¹⁴ La selección de los distritos electorales se estableció en función a dos cuestiones; la primera al grado socioeconómico y político de cada Distrito y, en segundo, a la apertura de los partidos a ser tomados como objetos de estudio.

¹⁴ A continuación señalamos los distritos electorales estudiados: Partido Acción Nacional (PAN) en los distritos 14 y 15 federal; Partido de la Revolución Democrática (PRD) en los distritos 14 (18 local), 15 y 27 (36 local) federal (en el caso del distrito 14 y 27 se toma como una sola campaña debido a que el candidato federal y local unieron recursos y realizaron una sola campaña); y Partido Revolucionario Institucional (PRI) en los distritos 10 local, 14 y 15 federal.

Las técnicas de investigación en este espacio esencialmente fueron la observación participante y la aplicación de entrevistas semiestructuradas a miembros de los grupos de apoyo que participaron en las actividades de proselitismo con el fin de hacer una base de datos con referencia a las expectativas, creencias, opiniones, conocimientos y demandas que albergaban hacia el candidato y miembros de su equipo, así como sus características socioeconómicas y políticas.

Tercera Fase

- En esta tercera fase se realizó la revisión del material obtenido en la primer práctica así como una la recopilación de conceptos teóricos no contemplados en la primer fase para la afinación del proyecto de investigación. A partir de la revisión del material decidimos en la segunda práctica de campo el análisis en la colonia “Tierra y Libertad”, al notar que mostraba la existencia de una relación clientelar y de reciprocidad.

Cuarta Fase

- En esta fase el interés se centró en la colonia “Tierra y Libertad” con la finalidad de conocer si existía realmente una relación clientelar y de reciprocidad entre colonos y el candidato y, si era así, la forma en que se había establecido y, por último, si ella había influido en su comportamiento electoral. Para ello empleamos, además de la observación participante y las entrevistas, cuestionarios que nos ayudaron a conocer la opinión, demandas, expectativas que los miembros de la colonia tenían con referencia al candidato. Para ello tomamos como referencia el proceso de lucha de la Asociación Vivienda un Derecho de los Hijos de Tláhuac, proceso en el cuál el candidato fungió como asesor.

CAPITULO

II

2. Campañas y grupos de apoyo

En este capítulo aludiremos al primer trabajo de campo hecho en las campañas realizadas por los candidatos del PRD a diputación federal y local en la delegación Tláhuac. Aunque también se siguieron las campañas en la delegación Iztacalco, fue de particular interés la realizada en Tláhuac por los candidatos del 27 federal y 36 local, ya que denotó una mayor presencia de grupos de apoyo, que son uno de las piezas centrales en el pertinente trabajo.

Como se mencionó al inicio de este trabajo, el propósito de participar en la campaña fue conocer si el establecimiento de relaciones clientelares por una organización, líder partidista influye o no en el comportamiento electoral. Para ello fue necesario seguir las campañas con el objetivo de ubicar en una forma general colonias, barrios, pueblos, unidades habitacionales o calles que denotaran la presencia de dichos actores políticos, así como un bajo nivel socioeconómico, falta de servicios públicos o inseguridad.

La relación clientelar fue observada a través de algunos elementos de la cultura política como son: la percepción, opiniones, conocimientos, expectativas, demandas y formas de actuar tanto de militantes del partido como simpatizantes pertenecientes a las colonias, barrios o Unidades Habitacionales que intervinieron en las actividades de proselitismo como una forma de reforzar los lazos de reciprocidad con los candidatos o los miembros de su equipo por el apoyo obtenido de ellos en la solución de algún problema en otro momento. Este conglomerado de participantes será denominado en el transcurso del trabajo como grupos de apoyo.

2.1 La Campaña del Partido de la Revolución Democrática

2.1.1 La importancia de las redes

Antes de realizar su campaña tanto los aspirantes federales como locales tuvieron que registrar su planilla y esperar el día de la elección ser los afortunados pero, a diferencia de algunos Distritos Electorales que recibieron varias planillas para contender en la justa en otros espacios ello no sucedió en ésta. Al no contar con candidatos en dichos espacios, el Comité Ejecutivo del PRD además de buscar entre sus filas, realizó una invitación a personajes que estuvieran o hubieran trabajado en la administración pública. Con ello buscaba tener un mejor resultado con la participación de actores políticos que fueran conocidos en el Distrito a contender, ya sea por

haber participado en algún cargo administrativo, o por el grado de movilización que tenían en ciertas zonas.

Después de ser elegidos o designados los candidatos buscaron para obtener mejores resultados en su campaña ampliar su red política con la ayuda de los lazos que tenían con organizaciones independientes, del mismo partido, líderes de mercado, colonias, transportistas o personajes con reconocimiento en su zona de residencia. En las campañas seguidas tanto del PRD como del PAN y PRI observamos un punto muy importante que limitó la organización y desarrollo de sus actividades proselitistas, la presencia de grupos de apoyo para ampliar su red política.

2.1.2 Presencia de redes en Iztacalco y en Tláhuac

A diferencia de los candidatos de Tláhuac, los pertenecientes al Distrito 14 Federal y 11 Local situados en la Delegación Política de Iztacalco no habían desempeñado un trabajo anterior en la administración pública o en movimientos sociales reconocidos en el distrito a competir, lo que limitó sus posibilidades de ampliar su actividad proselitista. Por ello decidimos enfocar este trabajo a la campaña realizada en la Delegación Política de Tláhuac.

En los recorridos realizados por los candidatos del Distrito Electoral pertenecientes a Tláhuac se observó en diversas colonias que los dos eran conocidos por los colonos. Esto se debió a que ambos candidatos habían realizado una constantemente labor social y de gestión en el Distrito. Mientras que el candidato Federal era reconocido por el cargo de Delegado que desempeñó en el año de 1993, el candidato local lo era por el cargo que desempeñaba en el PRD como asesor en movimientos urbanos o rurales donde, entre sus actividades, destacan la gestión en torno a regularización de predios, servicios, labor social y asesoría jurídica.

Después de haber sido elegidos, los candidatos se aseguraron de realizar un buen trabajo de campaña y ampliar su imagen, buscando la participación de antiguos compañeros de partido o trabajo, y de personas que gozaran de reconocimiento o prestigio en las colonias, barrios, pueblo o edificios habitacionales a visitar. Habiendo integrado el equipo, lo que seguía era encontrar la casa en donde se instalarían los comités de campaña, ya establecidos en Aquiles Serdan # 4 Pueblo de Zapotitlan se comenzó a asignar el puesto forma y la función que desempeñaría cada uno de sus miembros de acuerdo a su nivel de preparación y movilización en el ámbito político y social.

2.2 La campaña en Tláhuac

2.2.1 Organización formal y estructura de la campaña

Aunque la estructura del Comité del partido se estipulaba de manera formal en el organigrama, en nueve departamentos, rara vez éste cumplió su cometido, ya que sus miembros constantemente mezclaban sus funciones al apoyar en alguna de las tareas a otro departamento.

Para cubrir las actividades del Distrito el comité de campaña se dividió en 9 departamentos, como a continuación se enlistan:

- **Coordinación General:** compuesto por dos coordinadores, uno pertenecía al federal y otro al local, su función era definir junto con el candidato el lugar a visitar y las estrategias que se utilizarían de acuerdo a los resultados que les presentaba el departamento de Análisis y Retrospectiva, y el Grupo de Asesores.
- **Grupo de Asesores:** este departamento, se encargaba de evaluar el recorrido realizado en el transcurso del día y realizar un reporte que discutiría los aciertos y las fallas con los candidatos y sus coordinadores, a fin evitar cometer los errores observados en el mismo.
- **Relaciones Públicas y Giras:** este departamento tenía la función de llevar la agenda de actividades de los candidatos y avisar al equipo y a las zonas en donde se realizaría el recorrido cualquier cambio de plan sugerido por los coordinadores, a través de los secretarios de cada candidato
- **Comunicación Social:** su función era coordinar toda actividad relacionada con el diseño de la propaganda, la fotografía y entrevistas en una radiodifusora o prensa.
- **Análisis y Retrospectiva:** su actividad fue la de presentar reportes a la coordinación de acuerdo a los resultados que se obtenían en las encuestas hechas por el departamento de brigadas, mismas que tenían la intención de conocer los sectores en donde tenían un mayor o menor número de simpatizantes.
- **Grupos Especiales:** este departamento era el encargado de coordinar el sondeo, a través de encuestas que realizaban una parte de los brigadistas, con la intención de conocer los simpatizantes de cada sección electoral y entregar el resultado al departamento de análisis y retrospectiva.

- **Organización y Estructura Electoral:** su función era encargarse de todo trámite relacionado con el IFE, tal como: financiamiento, presentación de quejas, llevar las listas de representantes de casilla y generales, corroborar las listas del padrón electoral.
- **Finanzas:** dicho departamento se encargó de llevar la contabilidad de la campaña, así como la distribución y administración de los recursos otorgados por el partido, el IFE y particulares.
- **“Brigadas del Sol”:** Este departamento se encargó de coordinar a los brigadistas y designarles las actividades que desempeñarían en o fuera de los recorridos, tal como la realización proselitismo ante los ciudadanos, paquetes con propaganda y su reparto.

2.2.2 Equipo Técnico, “Brigadas del Sol” y Grupos de apoyo: Percepción y Expectativas

En el seguimiento de la campaña observamos tres grupos dentro del trabajo proselitista que establecían relaciones clientelares en busca de la obtención de favores o servicios a futuro. El primero por los miembros del comité de campaña y por personajes externos al comité como: líderes de comités de partido, colonias, vecindades y Unidades Habitacionales. El segundo en las “Brigadas del Sol”. Finalmente los grupos de apoyo quienes participaron de forma esporádica en la realización de las actividades e campaña. Aunque la finalidad de los tres grupos fue la satisfacción de ciertas expectativas ya sea a corto o mediano plazo el matiz de cada uno difirió sensiblemente.

Como indicamos al inicio del capítulo nuestro interés principal fue ubicar la participación de grupos de apoyo (militantes y simpatizantes pertenecientes a la colonia), con el fin de observar si las demandas resueltas u ofrecidas por una organización o líder perteneciente al partido influían en el comportamiento electoral.

Debido a la fugacidad como aparecen y desaparecieron los grupos de apoyo al finalizar los recorridos o mítines, solamente nos quedó claro que su participación correspondía a una forma de retribución a un favor recibido anteriormente por el líder o la organización tanto para reafirmar los lazos de reciprocidad, y al mismo tiempo crear nuevos compromisos con los candidatos. Sin embargo no podemos asegurar que la presencia del líder u organización influyó en el comportamiento electoral de la colonia, barrio o Unidad Habitacional a la cual pertenecían los grupos de apoyo.

2.2.3 Primer grupo: Equipo Técnico

Llamamos equipo técnico a este grupo, debido a que los miembros internos y externos al comité de campaña a parte de coordinar o cumplir una actividad específica en los departamentos, tenían un conocimiento de las actividades políticas a realizarse en este tipo de actos. Entre los miembros externos encontramos a los directores o responsables de cada departamento del comité, y entre los externos a líderes de colonias, comités, vecindades, mercados y otros.

Dentro del comité de campaña se observó la presencia de dos secretarios, dos asesores, dos coordinadores, ello se debió a que el candidato federal y local unieron sus grupos de apoyo para realizar una sola campaña. Esta unión tuvo la finalidad de ahorrar recursos y lograr un mayor grado de permeabilidad en el distrito, al ampliar su red política, producto de la misma unión.

Tanto los asesores, secretarios como coordinadores eran personas que trabajaron o trabajaban en ese momento con el candidato o en alguna dependencia gubernamental o del partido. Los líderes de comités, mercados, edificios o de colonias eran personas que a través de la realización de trabajos sociales en su zona gozaban de prestigio. Su participación se sumaba a la expectativa de satisfacer ciertas demandas de sus representados y, al mismo tiempo, obtener prestigio ampliado sus espacios políticos.

Un ejemplo de lo anterior es el caso de uno de los miembros del equipo técnico el cual se mostraba preocupado porque no había sido “llamado” por ninguno de los candidatos a prestar algún servicio. Antes de participar en el comité, dicha persona había trabajado como personal de seguridad bancaria, al aburrirle ese trabajo decidió poner junto con su familia un taller el cual iba creciendo pero, debido a una mayor competencia en el ramo y la situación económica por la que atravesaba el país, las ventas habían bajado. Al ser llamado para integrarse al equipo del candidato federal -al cual conocía- accedió rápidamente. Su trabajo se enfocó principalmente a conducir y cuidar a los dos candidatos y en algunos momentos a reparto de propaganda. Al terminar el proceso electoral algunos de los miembros del equipo fueron designados para algún cargo tales como asesor, secretario, responsable de la casa de atención ciudadana, secretaria, pero para algunos como él no había sido resuelto. Lo que lo único que podía hacer era esperar a que lo llamara el diputado para hacerle saber si tenía un puesto para él en la Cámara o si lo podía canalizar a otra dependencia.

Al interior del Equipo Técnico en ocasiones se observaron pequeños conflictos, debido a que algunos de sus miembros realizaban constantemente microcampañas¹ con el afán de sobresalir de los demás, y ser considerado para algún puesto en caso de que alguno de los candidatos obtuviera el triunfo electoral. A pesar de los conflictos internos, en términos generales todos se apegaron a realizar las actividades asignadas, mismas que fueron escogidas y supervisadas por los candidatos, quienes creían que éstas eran las adecuadas para hacer sentir su presencia en la sociedad.

2.2.4 Segundo grupo: Las "Brigadas del Sol"

Toda campaña requiere de fuerza humana para poder realizar sus funciones. El material del que hicieron uso los candidatos fue, en general, gente joven que tenía interés de participar en el partido, o en la espera de una remuneración económica o, en el futuro, de un trabajo más estable. Dentro de este grupo, al igual que el equipo técnico, fue muy común la realización de microcampañas.

La "brigada del Sol" se integró principalmente con señoras y jóvenes provenientes de los comités del partido. De esa misma forma la brigada se dividió en dos grupos:

El primer grupo compuesto principalmente de señores de edad madura se dedicaba a pegar carteles, gallardetes, realizar pintas de barda y mantas. Para dicha actividad utilizaron una camioneta particular para desplazarse y, en algunas ocasiones, transportaban a los brigadistas encargados de realizar trabajos especiales, los cuales se mencionarán posteriormente.

El segundo grupo se componía de señoras, muchachas y muchachos jóvenes. Aunque los hombres ayudaban a las mujeres a tocar puertas en las visitas domiciliarias, eran estas últimas las encargadas de entretener a la persona que acudiera a responder el llamado. Cuando no se recibía respuesta la propaganda era introducida a través del correo o el zaguán, y acto seguido se continuaba el recorrido. Cuando los vecinos abrían la puerta los integrantes de la brigada presentaban la trayectoria política de los candidatos, tratando de hacer tiempo en espera de que éstos llegaran y dialogaran directamente con el mencionado vecino.

¹ Siguiendo a Héctor Tejera, la realización de "microcampañas" tienen como propósito "ganar nuevos espacios basados en el reconocimiento de quienes las realizan. Se perciben fundamentales y de hecho pueden serlo en tanto que a través de ellas es posible hacer carrera política o, al menos, obtener un favor posterior". (Tejera, 1997: 41)

Los brigadistas desempeñaron dos trabajos adicionales: el reparto de propaganda o calcomanías, y la realización de trabajos especiales. La primera actividad se realizaba en los lugares que podían no ser visitados por falta de tiempo como, cruceros, esquinas o lugares públicos que presentaran una buena afluencia de personas. El reparto de propaganda en cruceros se combinó con la entrega de calcomanías con el logotipo del PRD, de Cárdenas o el candidato federal o local en las avenidas. En algunos casos los automovilistas detenían la circulación para ver si se les podía dar una calcomanía de Cárdenas, si el brigadista le mencionaba que sólo podían dar una de candidato a diputado o de Cárdenas los automovilistas pedían la de Cárdenas llegando a intercambiar en ocasiones la del diputado por la de Cárdenas, lo que indicaba una preferencia por el PRD sustentada en la imagen de Cárdenas.

Este tipo de actos realizados por los ciudadanos nos indica, que independientemente de que los candidatos realizaran o no una mala campaña, los resultados electorales estarían determinados por la campaña que realizaron los candidatos a Jefe de Gobierno por ser personas más conocidas.² En el caso del PRD, la figura de Cárdenas influyó en los resultados de los Diputados Federales, Locales y Senadores, los lugares en los cuales podía incidir el trabajo de los candidatos a diputados serían en los que mantuviera la realización de trabajos sociales.³

Los trabajos especiales consistieron en la realización de encuestas, las cuales tenían el propósito de conocer la preferencia partidaria de la ciudadanía. Al notar excelentes resultados tanto en las encuestas hechas por INDERMER, CENTRO DE OPINIÓN CIUDADANA, BERUMEN, entre otros, hacia el PRD, los candidatos en el transcurso de la campaña ocuparon una parte de las brigadas en esta actividad, y sus integrantes percibieron gratificaciones extras por la realización de encuestas que tenían dos intereses, el primero consistía en conocer la preferencia partidista de cada sección, para de ahí realizar una segunda visita domiciliaría, festival o mitin según fuera el caso.

Los resultados mostrados en ellas fueron positivos para la candidatura de Cárdenas, y dieron confianza y tranquilidad a los demás candidatos, quienes comentaban que sentían temor solamente en los comicios. Aunque la preferencia de los electores en las encuestas realizadas por las

² Un ejemplo fue la realización del debate televisado entre Cuauhtémoc Cárdenas y Alfredo del Mazo sin contar con la participación de Castillo Peraza.

³ El monto recibido por la participación en los recorridos realizados que era de 300 pesos a la quincena era aumentado de acuerdo a las zonas que habían recorrido aplicando las encuestas de preferencia.

brigadas especiales se inclinaron en gran medida por el PRD, la campaña y figura de Cárdenas centralizó la mayor parte de las respuestas, ya que algunas de las preguntas relacionadas sobre el conocimiento y preferencia hacía sus candidatos a diputación federal y local observaban un gran vacío. Lo cual indicaba que los ciudadanos no conocían a sus candidatos locales y federales tanto del PRD como del PRI y PAN, solamente eran conocidos los candidatos que habían tenido una relación cercana con alguno de ellos.

2.2.5 Tercer Grupo: Grupos de apoyo

En las actividades realizadas por los candidatos fue notorio el considerable monto de recursos económicos -otorgados por el IFE y particulares- para realizar un buen trabajo, aunque muchas de esas actividades requerían de recursos materiales, fue el trabajo humano el principal. Para ello todos los candidatos del PRD solicitaron la ayuda de simpatizantes, líderes y miembros de comités u organizaciones de transportistas, comerciantes establecidos ubicados en colonias, barrios o pueblos, como: la Unión de Colonos Inquilinos y Comerciantes, Unidad Zapotitlán I, Asociación de Taxistas de la Ruta 098, “Vivienda un Derecho a los Hijos de Tláhuac”, entre otros.

Al grupo de personas antes mencionados que participaron en las actividades de campaña en su zona de residencia lo denominamos *grupo de apoyo*, ya que como su nombre lo indica, es un conjunto de personas constituido por militantes (pertenecientes a organizaciones partidistas, comités de base) y simpatizantes pertenecientes a la zona (ciudadanos, organizaciones civiles), cuya función es apoyar las actividades de proselitismo realizadas por el candidato o líder que represente sus intereses así como realizar labor de convencimiento con sus conocidos. Mientras que el apoyo de los militantes permite reforzar la relación clientelar y de reciprocidad, y asimismo crear nuevos compromisos, el interés de los simpatizantes busca la creación de la relación clientelar y de reciprocidad, así como de compromisos con el líder o el candidato.

A diferencia de las microcampañas realizadas por los miembros de equipo del comité para la obtención de un puesto político, así como laboral, nuestro interés se enfoca a la relación clientelar que se establece entre candidato y grupos de apoyo con el fin de observar si a partir de los beneficios obtenidos o que esperan obtener del candidato o del líder se puede determinar la dirección del voto en zonas en las cuales el grupo de apoyo denote una mayor participación de personas.

Es importante mencionar la presencia de la mujer en las actividades de proselitismo en los grupos de apoyo, la cual fue de gran importancia para el desarrollo de la campaña misma. Esto debido a dos factores; el primero, una mayor disponibilidad de tiempo, cumpliendo inicialmente con las actividades propias del hogar y secundariamente en la campaña; el segundo factor se enfoca al ilimitado establecimiento de redes sociales en su constante ir y devenir en espacios públicos como la escuela de los niños, el mercado, la lechería, la tortillería, creando una mejor relación en el contacto de los candidatos y las personas conocidas por sus colaboradoras.

Su trabajo y participación en las actividades de proselitismo denota un mayor interés y tiempo que por parte de los hombres. Este interés y programación de su tiempo para realizar labor de hogar y labor de campaña, más que por convicción, está enfocado a obtener beneficios o apoyo por parte de los candidatos o de sus organizaciones en la solución de algunos de los problemas del hogar como: escrituración de su casa, la obtención de un empleo para ayudar a la economía familiar, una reducción en el pago del agua o predio o la obtención de una casa de interés social, entre otras cosas.

La percepción y expectativa de las personas de cada grupo de apoyo difería de acuerdo a las características de la zona de asentamiento de los mismos. Mientras que los grupos que residían en una zona que contaba con la mayoría de servicios públicos solicitaban el mejoramiento de los mismos, como: bacheo, desasolve del drenaje profundo, alumbrado público, mejoras a la calidad del agua, seguridad, poda de arboles, reducción en la tarifa del predial y de agua, los que vivían en una zona carente de servicios públicos y tenían un menor grado socioeconómico solicitaban, empleo, introducción de servicios como agua, drenaje o alumbrado, escrituración, seguridad y asfaltado, así como reducciones a las tarifas del predial o agua.

A pesar de que las carencias de las colonias visitadas habían sido ya registradas por los candidatos, y en algunas ocasiones solicitadas por el grupo de apoyo en el momento de reunirse con ellos en la zona a recorrer, volvían a pedir la ayuda de los candidatos con el fin de reafirmar de nueva cuenta el compromiso adquirido anteriormente. La expectativa de los grupos de apoyo no solamente era que ganara el candidato Federal y el Local sino también que este partido obtuviera la Jefatura del Distrito Federal, con la esperanza de que se agilizaran sus peticiones.

2.3 *Participación de los Grupos de Apoyo en las actividades de campaña*

Las actividades escogidas y realizadas por los candidatos y su equipo aunadas a la participación de los grupos de apoyo con el fin de cubrir una mayor área fueron las siguientes:

- Visita Domiciliaria
- Visita a Lugares de Reunión Masiva (mercados, escuelas)
- Mítines o Festivales
- Reuniones Especiales
- Representantes de Casilla⁴

2.3.1 *Visita domiciliaria*

La campaña de Cárdenas, a diferencia de la de los candidatos a diputados, no se basó en la visita domiciliaria.⁵ Por ser una figura conocida, su campaña se realizó a través de eventos masivos (mítines) en las Delegaciones, Barrios o Colonias, y por los medios de comunicación, los cuales se encargaron de transmitir toda actividad política realizada a través de periódicos, radio y televisión a los ciudadanos.

Para el caso de los candidatos a diputación la aparición en los medios de comunicación no fue tan frecuente, en primer lugar por el costo, en segundo por la falta de programas con contenido político y, en tercero, por el desinterés de la ciudadanía en dichos temas.

En Tláhuac, como en otras Delegaciones Políticas, la visita domiciliaria fue la principal actividad escogida por los candidatos por dos cuestiones: la primera, se enfocaba a darse a conocer en los sectores que eran desconocidos estableciendo una relación más cercana⁶ entre candidato en torno a la percepción, demandas y expectativas de los electores con el fin de influir en su

⁴ Sobre esta actividad ver el tema 6 de Julio, *Crónica de una Victoria*.

⁵ Las "Brigadas del Sol" que fueron utilizadas por Manuel López Obrador como prueba piloto en las elecciones locales de Guerrero en 1996, fueron utilizadas por primera vez en 1994 por Rafael Landerreche Gómez Morín. Sobre esta cuestión ver ALBARRAN, de Alba Gerardo, PRD, una campaña profesional y 63,000 brigadistas en acción, casa por casa en PROCESO 10 de Junio de 1997, número 1074, p.p. 12-17.

⁶ Muchas de las percepciones de la ciudadanía mostraban un desgaste de la imagen de los candidatos a diputados enfocado en la ausencia de ellos en el caso de ganar pasado el proceso electoral e incluso el desconocimiento de quienes eran "sus candidatos"

preferencia con dicha visita; la segunda, reafirmar los lazos con los militantes pertenecientes a sus comités de partido ubicados en la zona recorrida.

Previamente de que los coordinadores de campaña designaran el lugar a recorrer, observaban que se preparara el equipo material y humano necesario, en el cual figuraba los carros que harían el transporte de las brigadas, los megáfonos a emplear, la propaganda de los candidatos a diputados y Jefe de Gobierno; banderines; gorras, gomas de borrar, carteles y calcomanías con la imagen o nombre de los candidatos a diputados o Cárdenas. Es importante mencionar que los artículos con la figura de este último fueron los de mayor demanda entre los ciudadanos.

La visita domiciliaria tenía como objetivo establecer un contacto “cara a cara” para dar a conocer sus propuestas al mayor número votantes potenciales, así como conocer los problemas que tuvieran en su zona. En este caso se observó que fueron estudiantes y amas de casa los que más frecuentemente expresaron sus inquietudes y demandas.

Al llegar al punto de donde se iniciaría la visita domiciliaria, se observó en su mayoría la presencia de grupos de apoyo, es decir: personas pertenecientes a comités de base del partido y, en algunos casos, de personas que simpatizaban con el partido o con el candidato. La mayor o menor cantidad de personas dependió del prestigio y la labor social realizada por alguno de los dos candidatos o de los miembros de su equipo (externo e interno) en la zona a recorrer. Estos grupos de apoyo facilitaron e hicieron más activa la visita domiciliaria al contar con un mayor equipo de apoyo, como refleja el siguiente caso:

Al llegar al punto de salida, se observó la presencia de 30 a 40 personas (mujeres en su mayoría). La persona encargada de reunir al grupo conoció al candidato federal al solicitarle una audiencia para manifestarle la solución de problemas relacionados con su colonia, al ser atendida y apoyada por él en esa y diversas ocasiones basto para que tuviera una buena imagen de él, por lo que al ser notificada del recorrido en su colonia, solicita se movilizó para ofrecerle un buen grupo de apoyo en agradecimiento a la atención y apoyo anteriormente recibido. Los candidatos observaban que cada una de las personas recibieron su gorra, al escuchar “que paso con las gorras, nosotras también somos del PRD”, rápidamente solicitaba mas gorras a su equipo, si ya no tenía les pedía a su equipo donaran las suyas, con el fin de que su grupo de apoyo no mostrara descontento quedando bien con ellas. Después de solicitar y recibir su gorra iniciaron el recorrido amenamente coreando, tocando puertas, invitando a sus conocidos a acercarse y conocer a los candidatos, en caso de que sus vecinos les comentaran de algún problema como el demandado por una señora en la calle López Mateos referente al desahucio del drenaje era llamado el candidato para hacerle saber el problema. Al conocer el candidato el caso llamaba a su secretario quién

anotaba el caso y se comprometía a llevar el caso a la delegación. Al terminar el recorrido, llegaron a la casa de la señora L, en donde se realizó una comida en honor a los candidatos, quiénes agradecieron el apoyo mostrado en el recorrido con la disponibilidad de su atención en el momento que desearan.¹

Al iniciar el recorrido los brigadistas y grupos de apoyo se unían y formaban dos grupos. Los primeros se encargaban de tocar las puertas en forma lineal (esto dependía de la acera que les tocara), un segundo equipo esperaba que saliera algún miembro de la casa para entablar una conversación, la cual tenía la intención de entretener a las personas hasta el momento en que llegaban los candidatos para realizar su presentación, o para introducir la propaganda.

La presentación de los candidatos fue todo un ritual, la visita cara a cara como rito de paso tenía como fin el legitimarse políticamente ante la ciudadanía desde la forma llegar y manifestar un encuentro "inesperado y sorpresivo" con el elector (por parte del candidato), hasta la forma de presentar al candidato buscando la exaltación mediante la utilización del discurso, gestos, movimientos con las manos, etc.

Los grupos de apoyo fueron de mucha importancia en estos momentos, ya que al notar que la persona que se encontraba con el candidato era conocida por uno de ellos, acudían para legitimar el discurso del candidato y, en ocasiones, crear compromisos mediante frases como las siguientes: "se ha sabido ganar el cariño de la gente", "cuando era delegado siempre nos recibió y atendió", "cuento con tu apoyo el día de las elecciones no me vayas a fallar", "no dejen de asistir al cierre con el ingeniero Cárdenas".

Si el afán de los candidatos era generar sorpresa y simpatía, en muchas ocasiones lograron su cometido, ya que para las personas no es fácil imaginar que los candidatos de un partido visiten su domicilio y le pregunten sobre sus problemas, logrando dejar una buena impresión de ellos y motivar su participación. El ser conocidos por los ciudadanos debido a que habían trabajado en la administración pública, facilitó el acceso a los ciudadanos y permitió y platica más fácil con el elector. En este caso, las actividades realizadas en su administración eran su estrategia principal para motivar el interés y la simpatía, los ciudadanos en su mayoría no conocían ni las obras que había desarrollado, pero no importó, el solo hecho de que los visitara el candidato en la puerta de su casa era suficiente para causar sorpresa y gusto.

¹ Observación registrada el día 3 de junio de 1997, en la ficha 5019 denominada, Recorrido por la colonia La Conchita.

Al notar que el candidato se había tardado en llegar a la casa de campaña, el coordinador de su campaña mandó a los brigadistas a repartir la propaganda en la zona a recorrer indicándoles que avisaran que el candidato pasaría a saludarlos en persona para conocer los problemas de su zona. Al iniciar la labor uno de los brigadistas le dejó la propaganda a la señora a lo que ella le contestó, “yo lo que quiero, es conocer al candidato”, él le comentó que el candidato pasaría más tarde a visitarla. Al no confiar en las palabras del brigadista contestó burlonamente, “joven usted cree que el señor va a tomarse la molestia de saludarme personalmente, a mí que ni me conoce, si él quisiera venir no mandaría a repartir su propaganda con muchachos como usted”. A lo que el brigadista le pidió una oportunidad de comprobarlo, a lo que ella contestó dudando “esta bien joven le creeré”. Después de conocer el caso el candidato pasó a visitar a la señora. La cual al verlo se sorprendió y pidió disculpas al brigadista por dudar de él. Esto sirvió como entrada para el candidato, quien mencionando principalmente que era normal que no creyera en las promesas que realizan los candidatos, pero, que el PRD a diferencia de los demás partidos quiere realizar un acercamiento con la ciudadanía para conocer sus problemas y desarrollar programas para el bienestar de la comunidad. La señora después de la plática sostenida con el candidato mostró gusto y confianza para con él candidato diciéndole “creeré en usted y su partido, estas respuestas causaron tranquilidad en el candidato, pensando que había logrado influir en la señora.⁸

Aunque la aparición sorpresiva de los candidatos en algunos casos tuvo resultados favorables, en otros la capacidad del discurso en la presentación de sus propuestas fue la segunda táctica que intentó motivar el interés de los electores a través de la presentación de alternativas u opciones para resolver algunos problemas de la ciudad de México,⁹ tales como la cuestión del aumento del IVA, la aceptación del juicio a Carlos Salinas, la ley de condóminos. Sin embargo dichas propuestas pasaron a segunda instancia al ser sustituidas por la solución de las necesidades inmediatas de los ciudadanos, la falta de alumbrado, la tala del árbol que está dañando la banqueta, la casa que distribuye drogas, la vecindad de al lado que alberga ladrones, la falta de agua, seguridad pública, control de la canasta básica.

Más que una campaña para ofrecer programas de desarrollo, fue una campaña para negociar el voto a través de la gestión, siendo los candidatos considerados como intermediarios. Esta consideración se debe a que la ciudadanía aprovecha la presencia de los candidatos señalando que es la única vez que podrán solicitar la solución de un problema en su casa, calle, colonia o delegación dando como forma de pago la promesa de su voto.

⁸ Observación registrada el día 24 de mayo de 1997, en la ficha 4016 denominada, Creeré en usted.

⁹ Ver anexo 1.

Es importante señalar que las peticiones presentadas a los candidatos del PRD fueron también realizadas a los partidos del PAN y del PRI. El discurso que utilizó el PRD trataba de dar una imagen desinteresada, ya que en las visitas los candidatos mencionaban que tratarían de gestionar sus asuntos en lo que estuviera a su alcance, aunque esa no era su labor pero, que a diferencia de los otros partidos, ellos no iban a comprar su voto como lo hacía el PRI con la solución de su problema. Afirmaron que ellos gestionarían aquellas que fueran más sencillas como el problema de la basura, el árbol que estorbaba, la necesidad de pintura para los topes, pero precisaron que aquellas relacionadas con cuestiones jurídicas debían canalizarse a través de las oficinas del PRD, y les entregaron para ello su tarjeta.

Al notar que la gente más que preguntar por sus propuestas, pedían la solución de sus problemas mediatos, los candidatos optaron por mencionar en cada visita, mitin o reunión especial que pondrían a disposición de la ciudadanía una casa de atención pagada por ellos en caso de ganar para mostrar con esta acción, que no solamente recorrían las calles solicitando el voto “no somos de los que solo vienen a pedir el voto, para después no volver”.

La casa de atención se encargaría de gestionar todo tipo de asuntos, ya sea relacionados con la solución de servicios ante la administración pública como de índole jurídica, táctica utilizada para tratar de demostrar ante la persona visitada que el partido tenía una visión diferente a la del PRI. Esto llamó la atención de las personas visitadas, debido a que hasta dicho momento no habían observado una acción de este tipo realizada campañas anteriores, al realizar comentarios diversos en torno a su desaparición después de haber ganado el cargo.

La campaña reflejó que la ciudadanía buscaba una relación directa con personajes dentro de la administración pública con el fin de solucionar sus problemas, ello debido a la desatención de los anteriores representantes, jefes de manzana o consejeros ciudadanos lo cual fue aprovechado por los candidatos realizando la “promesa” de trabajar tanto como legisladores como de intermediarios ante las dependencias públicas. De esa misma forma los candidatos, mas que representantes para los ciudadanos fueron considerados como intermediarios o gestores.

Para el proceso electoral la necesidad de representantes de casilla era inminente para llevar un buen control de la casilla, debido a que no era suficiente con las personas pertenecientes a los grupos de apoyo, ni sus militantes. Por ello, cuando el candidato observaba una buena participación e interés de las personas visitadas, las invitaba a participar como representante de partido y, en caso de una respuesta afirmativa, llamaba rápidamente a los brigadistas para que toma-

ran sus datos. Aunque en algunos casos respondían afirmativamente, al acercarse el día de las elecciones se les volvía a visitar con el afán de recordarles su compromiso, encontrando en muchas ocasiones una respuesta negativa, que tenía como justificación problemas personales o falta de tiempo, lo cual hacía que la búsqueda de representantes continuara.

En sus visitas los candidatos se encontraron tanto con simpatizantes como con personas que no tenían una buena opinión del partido al cual representaban. La inconformidad o molestia de los segundos trató de ser minimizada por los candidatos, los cuales mantenían una charla prolongada en su intento de “hacer recapacitar” al elector ofreciendo su apoyo como intermediario hacia cualquier problema que tuviera.

2.3.2 Recorridos en lugares públicos (mercados, escuelas)

Los mercados y escuelas primarias fueron los centros de mayor afluencia que visitaron los candidatos, los mercados visitados presentaban simpatía o rechazo por el partido, de acuerdo a la preferencia partidista del mercado y de acuerdo al apoyo recibido de su organización en torno a su diaria lucha contra los ambulantes. En estos espacios la presencia de grupos de apoyo pertenecientes a la colonia a recorrer y de personas pertenecientes al mercado mismo fue común.

La preferencia de los miembros de mercado podía ser determinada por los beneficios que le brindaba estar afiliado a cierto partido la asociación de comerciantes, pero, en muchos casos observados la afiliación no impidió que los comerciantes establecidos criticaran al partido protector.

La inconformidad residía por un lado, en que los puestos ambulantes que se encontraban en su derredor les quitaban parte de sus ganancias al ofrecer sus productos a un precio más bajo debido a que no pagan impuestos; y en segunda, los vendedores ambulantes irónicamente se protegían en una Asociación perteneciente al mismo partido que representaba los intereses de los establecidos. Muchos de los locatarios para mostrar esa inconformidad pegaban calcomanías en sus estantes en señal de protesta,

Al iniciar la visita de un mercado los comerciantes establecidos preguntaron a los candidatos “¿qué medidas van a realizar para terminar con el comercio ambulante?. Estamos conscientes que casi no hay trabajo, pero, así no se puede trabajar, ya que nosotros pagamos impuestos y ellos no”. Para no quedar mal ante los locatarios y la líder de los ambulantes que los acompañaba en el recorrido los candidatos respondieron, “Pues, necesitamos realizar un ordenamiento, pero, necesitamos que ustedes nos ayuden, ya que como ustedes saben, to-

dos lo hacen porque no tienen o encuentran trabajo”. Después de realizar este comentario los locatarios se quedaron un poco más tranquilos.¹⁰

Los candidatos ante los problemas citados por los locatarios y sus clientes recurrían al discurso de que todos tenían el deber de participar, ya que ante la crisis económica las personas buscaban una forma de ganarse la vida, los vendedores ambulantes eran resultado de dicha crisis. Pero, más que dar una solución para resolver el conflicto los candidatos trataban de encontrar una mediación en su discurso para no quedar mal ante los locatarios ni los ambulantes, ya que los segundos han sido un importante sector que ha apoyado e integrado las filas del partido

Muchas de las personas que se encontraban comprando en los mercados denotaron molestia al ver la presencia de los candidatos, algunas de ellas evitaban su encuentro, marcando un desinterés hacia el acto de proselitismo. Aunque la mayor parte de los asistentes al mercado no se interesó en la campaña, hubo algunas que se acercaban para plantear problemas personales y requerían de la ayuda de los candidatos para su solución, los candidatos eran considerados como gestores o intermediarios ante la administración pública.

Las escuelas no fueron un buen lugar para realizar sus propuestas, puesto que las señoras que iban a recoger a sus niños, así como las que iban apoyándolos estaban más atentas a ver si en el grupo que venía a la puerta de salida se encontraba su hijo que a las propuestas que realizaron los candidatos en muchas ocasiones la propaganda recibida iba directamente a la bolsa del mandado sin ser leída.

2.3.3 Mítines y Festivales

A diferencia del PRI y del PAN, los candidatos del PRD no realizaron festivales, pero si pequeños mítines en colonias, calles céntricas y parques. Debido a la falta de convocatoria y de interés de los colonos a presenciar este tipo de eventos generalmente iniciaron con retraso por la falta de asistencia. La poca presencia de asistentes cambiaba levemente la estrategia, pasando rápidamente de mitin a recorridos por las calles. Los recorridos tenían la finalidad de conocer los problemas mencionados por los pocos asistentes del lugar e invitar a cualquier persona que se encontrara a su paso a la charla que tendrían en el lugar de donde partieron los candidatos en el cual la asistencia por lo regular no excedió de treinta a cuarenta personas.

¹⁰ Observación registrada el día 2 de mayo de 1997, en la ficha 1021 denominada, Estrategia para obtener votos

Las campañas realizadas por el PRI y PAN comprueban que todo tipo de acto masivo que pretenda tener una buena asistencia más no necesariamente interés de los asistentes, debe ser precedido por una buena cantidad de regalos para los asistentes, aunque eso no garantiza que se preste atención a las propuestas de los candidatos.

Aunque los mítines celebrados por el PRD rara vez eran terminados con el obsequio de algún regalo para llamar la atención, en fechas festivas sí eran utilizados, como el día de las madres, el día del niño, y aunque los regalos eran muy modestos eran de buena forma aceptados e incluso intercambiados. El intercambio se estableció con base en la importancia y valor asignado a los mismos por cada persona en relación con la imagen o logotipo que presentara, ya que no era lo mismo tener un presente con la figura de uno de los candidatos federales o locales que uno con la figura de Cárdenas. El uso de cualquier prenda con el logotipo del PRD establecía una moda pasajera observada en un buen número de ciudadanos, aunque la calidad de las prendas era distinta la finalidad última era estar a la moda, moda llamada "PRDmanía".

2.3.4 Reuniones Vecinales

La finalidad de las reuniones vecinales, las cuales eran realizadas en el patio de una casa, unidad habitacional o vecindad era establecer relaciones cercanas con sus habitantes con la ayuda de miembros del equipo técnico (externo). Estos miembros podían realizar proselitismo a favor del candidato al resaltar y legitimar su trayectoria política. Estas personas resaltaban la trayectoria política del candidato al mencionar la relación de amistad o de trabajo que sostenía con el candidato o uno de los miembros de su equipo al solicitar apoyo para solucionar un problema de la colonia, vecindad, edificio o personal. Resaltar y enfatizar la capacidad y percepción humanitaria del candidato daba confianza a los ciudadanos de que los candidatos conocidos y presentados por él eran los más aptos a representar sus intereses.

Después de la presentación exhaustiva del candidato, tocaba a éste presentarse dando a conocer su trayectoria política, la visión de los requisitos que debía reunir toda persona perteneciente a la administración pública (que fuera democrática, sirviera a la comunidad y no participara de la usual corrupción de los servidores públicos y, por supuesto, su programa político.

Las preguntas realizadas por los pocos asistentes giraron, más que a las propuestas del programa político del candidato, en torno a los problemas que todos los ciudadanos padecen; la inseguridad, control de precios, corrupción, la falta de alumbrado, de topes, de empleo, la poda de

arboles, la necesidad de pintura, impermeabilizante. Las propuestas del candidato relacionada a reformas algunas leyes pasaron a segundo plano, al apropiarse de los problemas que aquejaban a los asistentes ofreciendo poner un mayor interés a esos problemas.

Al ser considerado como gestor -al igual que como sucedió en otras actividades realizadas- ofreció instalar una casa de atención para gestionar los problemas que le habían planteado y mantener una relación cercana a través de la casa, mostrando que no solamente en época de elecciones sería visto, como lo habían hecho los demás diputados.

A pesar de la poca asistencia a las reuniones, éstas fueron un espacio propicio para entablar una relación más estrecha con los asistentes y para, en un momento oportuno, pedir su colaboración a participar como representantes de partido en la vigilancia de las casillas. Los invitados fueron ubicados rápidamente por los brigadistas al contestar con un gesto o movimiento de cabeza afirmativamente a la proposición. Creo que este interés en participar fue aceptada también por la necesidad de participación que requería la ciudadanía y pasar de ser un simple un actor pasivo a un actor activo, sin importarle el quedar bien con el anfitrión o con el candidato. Las reuniones fueron un espacio propicio para invitar a participar a la ciudadanía como representante de partido y hacer de las elecciones un interés común.

2.4 Cierres de Campaña

2.4.1 Cierre de campaña en la Delegación Política de Tláhuac

Para tratar de realizar el mayor de sus esfuerzos los candidatos prepararon con sus comités de base los arreglos pertinentes para su cierre de campaña contando con la presencia de Cárdenas, interés expresado en notar la presencia y número de asistentes que simpatizaran en dicho distrito con el partido y para reafirmar el compromiso con los que serían representantes e casilla, incluso si algunos lugares aún no habían sido cubiertos solicitar de entre los grupos de apoyo y acompañantes les apoyaran participando en esa actividad.

Para que la ciudadanía se enterara del cierre se repartieron, con la ayuda de los grupos de apoyo, volantes en mercados, cruceros, casas, comercios para que la gente se enterara del cierre de campaña que contaría asimismo con la presencia de Cárdenas.

En las reuniones que tuvieron el equipo del candidato federal y local para los preparativos se distribuyeron las actividades pertinentes para el cierre, designando a cada miembro del equipo

el lugar a ocupar en la apertura y cierre del evento, ya sea como moderador, orador, conductor de los eventos artísticos efectuados para entretener a los asistentes. El cargo se dio de acuerdo a la efectividad de la microcampaña que realizó cada uno de ellos en el transcurso de la Campaña.

La asistencia al cierre de campaña en Tláhuac fue mayor que en otros distritos estudiados, ya que asistieron alrededor de 8 a 10 mil personas.¹⁴ La gente llegaba en la mayoría de las veces en bicitaxis tapizados por propaganda del partido anfitrión. En el acto, de nueva cuenta, aparecían rostros conocidos. Esos rostros eran de personas pertenecientes a los grupos de apoyo, quienes colaboraron en el cierre con la formación de una valla de protección en el momento en que el candidato a Jefe de Gobierno se dirigía al podium.

El cierre no solamente fue una buena oportunidad para las corporaciones del PRD y asociaciones no afiliadas para crear y reafirmar sus lazos políticos, también lo fue para los vendedores ambulantes, los cuales ofrecieron el producto de moda, paliacates, gorras, playeras con el emblema del PRD, “pines” con el logotipo del partido y de forma curiosa con la imagen del Che Guevara.

El cierre de campaña fue el único lugar en el que los candidatos a diputados pudieron presentar sus propuestas, debido a que en las visitas domiciliarias y contacto cara a cara con la ciudadanía, como ya hemos dicho, éstas pasaron a segundo término al verse obligados a responder a las demandas ciudadanas relacionadas con la gestión de servicios. Pero a pesar de que los candidatos mencionaron sus propuestas, éstas pasaron desapercibidas ya que al voltear y observar a los asistentes, era muy común verlos distraídos, comprando un paliacate o un sombrero. Lo único que realmente querían era ver y escuchar a Cárdenas.

Cuando llegó el momento en que Cuauhtémoc Cárdenas hablaría, se desataron diversas exclamaciones de gusto entre los asistentes. Cada acto simbólico realizado como tomar una antorcha de manos de un representante de danzantes y prender un bracero -simbolizando encender el fuego nuevo como alusión a la necesidad de un nuevo gobierno-, el agradecimiento tanto a los presentes como a los brigadistas por su “constante y ardua labor”; la mención de su trayectoria política o una buena frase, era seguida de porras o consignas que en algunas ocasiones no te-

¹⁴ En Iztacalco la falta de información, así como una mala coordinación influyó la poca asistencia en el cierre, observándose una asistencia de 4,000 a 5,000 personas aproximadamente

nían rima, pero que funcionaba para crear aversión hacia el partido oficial al ser repetida constantemente por la gente.¹²

Después de terminar el acto con la participación de Cárdenas, las porras y exclamaciones de apoyo no se hicieron esperar, “Viva Cárdenas”, “vamos a ganar, vamos a ganar” aportándole Cárdenas a esta última “pero primero vamos a votar, y tener una ciudad para todos”, lo que generó más vivas. Acto seguido los oradores invitaban a las personas interesadas en asistir al cierre de campaña al Zócalo se reunieran en los comités de base del partido lugar donde los esperarían microbuses con el fin de llevarlos y traerlos.

2.4.2 Cierre de campaña en el Zócalo de la Ciudad de México

Los cierres de campaña que realizaran el PAN, PRD y PRI por parte de cada uno de sus candidatos a jefe de gobierno fueron espectaculares y coloridos. El Zócalo cambió constantemente de colores, pasando de un color verde, blanco y rojo, a uno azul o amarillo. En estos cierres el color que más resaltó en el Zócalo de la Ciudad de México, así como en algunas delegaciones, fue el amarillo.

El 28 de junio se realizó el cierre de campaña de Cárdenas en medio de gran fiesta y con una asistencia de aproximadamente 150 mil personas. El Zócalo tenía un lleno total. El color amarillo prevaleció. Todo era fiesta y la “PRDmanía” estaba en su apogeo a través de la venta de diversos artículos con el logotipo del PRD. Se podía pintar la cara o el pelo con los “colores de la democracia” por tan solo 5 y 10 pesos.

Los partidos a través de sus comités y grupos de apoyo llevaron grandes cantidades de banderines, carteles, cometas y agua para repartir gratuitamente a sus simpatizantes, con el interés de hacerlos sentir parte del evento y mitigar el calor y la sed. Real de Catorce y un grupo de Banda se encargaron de amenizar la tarde con canciones que para unos tenía un contenido social y para otros político, como caminos de Michoacán (es preciso recordar que Cuauhtémoc Cárdenas fue gobernador del Estado de Michoacán).

¹² Cuando hacía uso de la palabra uno de los oradores se interrumpió el suministro de energía, surgió de entre los asistentes una porra para animar a la gente en lo que se reestablecía que decía “con luz o sin luz, le vamos a ganar al PRI”. Observación registrada el día 22 de junio de 1997, en la ficha 5030 denominada, Cierre de Campaña en Tláhuac.

Antes de pasar Cárdenas al podio hicieron uso de la palabra algunos de sus integrantes, entre ellos, Manuel López Obrador quién rememoró la historia del PRD, sus tropiezos en 1994, sus aciertos, sus muertos, etc.

Para el evento fueron invitados personajes muy conocidos, que no precisamente tenían relación con la vida política, pero que fueron muy bien reconocidos y aplaudidos como Ana Colchero, Carlos Bracho, Irma Serrano, María Rojo, entre otros.

Llegó el turno de Cárdenas y la gente esperaba con ansia ese momento, ya que el calor había menguado su participación, estaba aburrida de escuchar el programa que contempla la ley de Egresos e Ingresos sugerida por López Obrador, no quería escuchar a otra persona que no fuera Cárdenas.

Toca el turno a Cárdenas tomó el micrófono y toda la gente empezó a aplaudir y gritar “Viva Cárdenas”, “Viva el PRD”. Comienza su discurso agradeciendo la asistencia de la ciudadanía al cierre de campaña, por romper los lazos del corporativismo, superar la política del miedo registrada en 1991 y 1994 y por mirar hacía otro partido, un partido que ofrece un mejor gobierno. También da gracias a la constante labor de los brigadistas, ya que sin ellos no hubieran logrado una excelente campaña. Acto seguido retoma las demandas más solicitadas por la ciudadanía, para después mencionar las medidas que tomara para su solución. A cada propuesta es celebrado por la multitud.

2.5 Crónica de una victoria

Otra de las actividades que desempeñaron los miembros de los grupos de apoyo fue ser representantes de casilla. Un día antes de las elecciones los candidatos tuvieron una reunión con ellos para agradecer su apoyo y explicarles las funciones que debían desempeñar como representantes de casilla. Los representantes generales en su mayoría eran aquellos que conformaban el equipo técnico.

Para una mejor vigilancia de las casillas, los partidos destinaron una considerable fuente de recursos materiales y humanos. Los recursos materiales comprendieron la compra y utilización de instrumentos de comunicación tales como teléfonos celulares, radios de onda larga, “bipers” (localizadores personales), medios de transporte para los representantes generales y los de casilla, ya que estos últimos fueron conducidos a su casa en carros particulares o en taxis contratados por el partido para agradecerles su apoyo. Los recursos humanos como mencionamos antes

fueron comprendidos en la participación de militantes o simpatizantes (miembros de los grupos de apoyo) del partido como representantes generales o de casilla.

El día de la elección los representantes de casilla se encargaron de observar que no hubiera ninguna anomalía en las mismas. Por su parte, los generales se encargaron de recorrer un determinado número de casillas a fin de recibir los reportes de los representantes de casilla y, en caso de recibir reportes negativos, avisar al comité de campaña mismo que inmediatamente enviaría asesoría legal.

Las anomalías anotadas en muchos de los casos fueron producto de la presencia de promotores del voto, robo de boletas, permitir que algunos ciudadanos votaran sin credencial, o sumar boletas anuladas a los resultados de uno de los partidos, entre otras.

Después de registrar una considerable participación de la ciudadanía las casillas cerraron, los medios de comunicación comenzaron a transmitir una considerable puntuación a favor de Cárdenas, por lo que los priistas esperaban no perder la mayoría en las diputaciones. Días después los resultados reflejaron un triunfo arrollador del PRD en diversos espacios.

Consideraciones

Si el corporativismo estatal utilizado para influir en la orientación y comportamiento electoral de los trabajadores pertenecientes al estado así como a sindicatos regulados por el mismo fue funcional en sus inicios, con el transcurso del tiempo este mecanismo se fue desgastando. A partir de ello, el partido de estado como los emergentes buscaron establecer y mantener el corporativismo con la ciudadanía mediante relaciones clientelares y reciprocidad como una forma de influir su comportamiento electoral, así, como legitimarse políticamente.

En las campañas electorales esta visión fue detectada y aprovechada por los candidatos, ya que, si bien las campañas son un espacio para ofrecer programas políticos, en la realidad fue un espacio que propiciaron la reafirmación y el establecimiento de relaciones clientelares con sus organizaciones y con los ciudadanos. Esto se desprende en primer instancia por el alejamiento que han tenido los representantes con la ciudadanía y por otro a que los representantes en sus campañas realizan una campaña de gestión con el fin de ampliar su red política y por ende votos.

Aunque la campaña permitió observar que la percepción de los militantes como de los simpatizantes giraba en torno a una relación clientelar y de reciprocidad, es decir: el haber participado en las campañas y prometer votar por los candidatos del partido benefactor era considerado una forma de pago igual y equitativa a los beneficios obtenidos anteriormente por el candidato o miembros de su equipo tales como: material de construcción, pintura, despensas económicas, regularización de predios, poda de arboles, pago de predio o agua, drenaje, electricidad, red de agua potable, así como un momento propicio para recordar anteriores compromisos o establecer nuevos.

Sin embargo, aunque existió una campaña basada en la gestión de bienes y servicios dirigida a los ciudadanos, así como una constante reafirmación de lealtades por parte de los grupos de apoyo con los candidatos o miembros de su equipo no podemos precisar, si las personas pertenecientes a los grupos de apoyo en el proceso electoral emitieron su voto a favor del partido benefactor, debido a la fugacidad en la cual se desarrollaron las actividades de campaña.

Para ahondar más en el vínculo existente entre relaciones clientelares y de reciprocidad con la dirección del voto en el siguiente capítulo nos enfocaremos a un espacio caracterizado por una simpatía y reconocimiento hacía el aspirante a la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, simpatía y reconocimiento percibida por los colonos en el trabajo de asesoría jurídica para la creación y desarrollo de la colonia.

RESULTADOS DE COMPUTO

RESULTADOS DEL COMPUTO DISTRITAL PARA LA ELECCION DE JEFE DE GOBIERNO.

DISTRITO	PAN	%	PRI	%	PRD	%	GANADOR	
I		13,003	13.26	24,167	24.65	47,628	48.57	PRD
II		20,824	23.35	21,915	24.57	36,942	41.42	PRD
III		16,621	17.22	25,640	26.56	43,813	45.38	PRD
IV		15,394	16.42	24,257	25.88	42,479	45.32	PRD
V		13,545	15.91	23,392	27.48	39,816	46.78	PRD
VI		11,471	11.84	24,740	25.54	50,697	52.33	PRD
VII		18,003	18.37	25,144	25.65	43,701	44.59	PRD
VIII		14,354	16.95	22,983	27.15	36,957	43.65	PRD
IX		13,899	13.58	27,502	26.88	50,201	49.06	PRD
X		13,443	13.96	27,900	28.97	44,200	45.9	PRD
XI		15,147	17.57	24,793	28.76	37,442	43.43	PRD
XII		14,550	14.07	29,431	28.46	48,009	46.43	PRD
XIII		17,274	15.2	29,629	26.07	54,061	47.56	PRD
XIV		14,214	16.63	24,048	28.13	37,817	44.24	PRD
XV		20,992	25	25,842	30.78	28,997	34.54	PRD
XVI		17,070	16.21	28,254	26.84	47,761	45.37	PRD
XVII		12,764	12.15	26,344	25.07	54,285	51.67	PRD
XVIII		15,704	15.47	26,257	25.86	48,003	42.27	PRD
XIX		29,988	29.94	23,410	23.38	36,655	36.6	PRD
XX		13,930	13.68	27,888	27.4	47,602	46.76	PRD
XXI		21,628	21.63	24,223	24.23	42,931	42.94	PRD
XXII		14,154	13.65	28,040	27.04	49,603	47.83	PRD
XXIII		10,250	10.19	28,931	28.76	51,576	51.27	PRD
XXIV		13,271	13.27	26,229	26.24	49,657	49.67	PRD
XXV		8,895	8.91	27,715	27.76	53,595	53.68	PRD
XXVI		21,847	25.18	20,348	23.45	35,541	40.97	PRD
XXVII		16,482	16.77	24,780	25.21	46,491	47.29	PRD
XXVIII		15,869	19	19,048	22.81	38,599	46.22	PRD
XXIX		9,294	10.12	24,085	26.22	48,709	53.03	PRD
XXX		15,877	16.75	20,356	21.47	49,013	51.7	PRD
XXXI		11,759	12.09	25,074	25.77	50,379	51.79	PRD
XXXII		19,138	18.14	25,865	24.52	49,478	46.9	PRD

XXXIII	8,760	9.97	22,287	25.37	47,454	54.01	PRD
XXXIV	14,482	14.97	23,546	24.33	47,293	48.87	PRD
XXXV	14,275	15.19	20,729	22.05	48,954	52.07	PRD
XXXVI	8,135	8.26	24,819	25.19	56,236	57.08	PRD
XXXVII	8,148	9.07	20,764	23.12	54,166	60.3	PRD
XXXVIII	13,838	14.28	20,517	21.17	52,593	54.26	PRD
XXXIX	18,976	17.08	24,401	22.08	56,796	51.39	PRD
XL	15,759	14.97	24,941	23.69	55,314	52.55	PRD
TOTALES	603,027	15.65	990,234	25.61	1,861,444	47.89	

Fuente: Instituto Federal Electoral.

RESULTADOS DEL COMPUTO DISTRITAL PARA LA ELECCION DE DIPUTADOS FEDERALES

DISTRITO	PAN	%	PRI	%	PRD	%	GANADOR
1	23,443	16.82	31,835	22.84	62,139	44.58	PRD
02	28,476	24.72	26,233	22.77	45,477	39.47	PRD
03	25,968	20.38	30,779	24.15	54,032	42.40	PRD
04	22,124	18.67	26,863	22.67	48,202	40.67	PRD
05	21,904	18.06	31,304	25.81	53,256	43.90	PRD
06	16,525	12.87	31,076	24.21	64,726	50.43	PRD
07	22,296	17.20	32,093	24.76	57,934	44.70	PRD
08	19,753	14.72	36,334	27.08	60,541	45.13	PRD
09	20,756	18.17	29,373	25.71	48,972	42.86	PRD
10	34,571	27.37	35,130	27.81	42,327	33.51	PRD
11	19,617	15.56	30,658	24.31	58,370	46.29	PRD
12	29,183	22.79	28,723	22.43	52,199	40.76	PRD
13	18,190	13.69	31,610	23.80	64,926	48.88	PRD
14	26,610	21.20	27,731	22.09	53,265	42.43	PRD
15	49,697	33.91	31,059	21.19	49,067	33.48	PAN
16	18,146	15.88	30,078	26.32	49,857	43.62	PRD
17	16,757	15.29	27,853	25.41	50,281	45.88	PRD
18	17,957	13.27	33,991	25.12	65,891	48.69	PRD
19	15,011	11.96	33,747	26.89	61,879	49.31	PRD

20	24,766	17.03	34,981	24.06	67,220	46.23	PRD
21	40,046	31.01	25,102	19.44	47,238	36.58	PRD
22	12,814	9.67	34,484	26.01	70,236	52.98	PRD
23	26,371	18.02	27,979	19.12	73,068	49.93	PRD
24	33,921	23.26	29,981	20.56	62,758	43.04	PRD
25	17,078	11.99	35,827	25.15	72,023	50.57	PRD
26	18,959	15.29	28,473	22.96	58,471	47.16	PRD
27	10,571	8.43	32,947	26.28	68,769	54.85	PRD
28	18,595	14.21	25,738	19.67	71,767	54.86	PRD
29	19,464	16.61	22,752	19.42	60,196	51.38	PRD
30	27,208	21.74	27,525	21.99	56,699	45.31	PRD
TOTALES	696,777	18.04	912,259	23.62	1,751,786	45.35	

Fuente: Instituto Federal Electoral.

RESULTADOS DEL COMPUTO DISTRITAL PARA LA ELECCION DE ASAMBLEISTAS

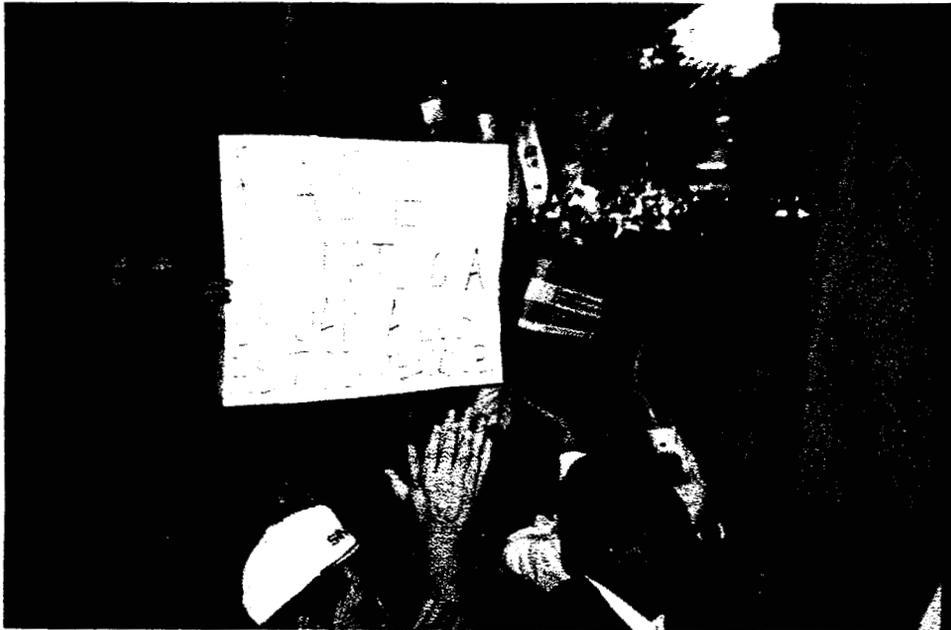
DISTRITO	PAN	%	PRI	%	PRD	%	GANADOR
I	14,069	14.42	22,332	22.89	44,886	46.01	PRD
II	23,913	26.84	18,977	21.3	33,603	37.72	PRD
III	18,475	19.27	24,584	25.64	41,113	42.87	PRD
IV	16,418	17.48	21,819	23.23	40,278	42.89	PRD
V	14,912	17.61	22,085	26.09	37,551	44.36	PRD
VI	12,313	12.73	23,297	24.09	49,061	50.73	PRD
VII	20,472	20.95	22,628	23.15	41,120	42.07	PRD
VIII	16,208	19.24	20,528	24.37	34,438	39.96	PRD
IX	16,347	16.07	25,215	24.79	47,034	46.23	PRD
X	15,549	16.17	25,675	26.7	41,748	43.41	PRD
XI	16,902	19.7	22,435	26.15	35,906	41.85	PRD
XII	16,370	15.86	26,964	26.12	45,910	44.48	PRD
XIII	19,938	17.77	27,084	24.14	49,644	44.24	PRD
XIV	17,022	19.99	21,143	24.82	35,290	41.44	PRD
XV	25,418	30.48	22,980	27.56	25,404	30.46	PAN
XVI	20,321	19.43	25,259	24.16	44,213	42.29	PRD
XVII	14,462	13.85	23,974	22.96	51,131	48.97	PRD

XVIII	18,439	18.25	23,219	22.98	44,834	44.37	PRD
IX	36,518	36.48	19,857	19.84	31,661	31.63	PAN
XX	15,275	15.04	27,711	27.29	44,079	43.41	PRD
XXI	25,696	26.01	20,610	20.86	39,082	39.56	PRD
XXII	15,899	15.46	25,683	24.97	47,079	45.78	PRD
XXIII	11,182	11.11	27,304	27.13	50,545	50.21	PRD
XXIV	15,243	15.19	24,582	24.5	47,023	46.86	PRD
XXV	9,688	9.73	26,239	26.43	52,336	52.54	PRD
XXVI	26,996	31.23	17,078	19.76	31,177	36.07	PRD
XXVII	18,734	19.23	21,983	22.56	43,773	44.92	PRD
XXVIII	18,838	22.57	16,864	20.21	35,900	43.02	PRD
XXIX	10,037	11	23,009	25.22	46,697	51.18	PRD
XXX	18,386	19.62	19,203	20.5	44,518	47.51	PRD
XXXI	13,196	13.45	23,768	24.22	48,775	49.71	PRD
XXXII	23,130	22.02	22,224	21.16	45,501	43.32	PRD
XXXIII	9,272	10.5	23,170	26.25	45,175	51.17	PRD
XXXIV	16,203	16.85	23,099	24.02	43,219	44.95	PRD
XXXV	17,211	18.43	18,410	19.72	45,406	48.63	PRD
XXXVI	9,015	9.19	24,151	24.61	53,674	54.69	PRD
XXXVII	10,213	11.49	19,884	22.37	50,099	56.35	PRD
XXXVIII	16,089	16.76	18,740	19.52	48,614	50.65	PRD
XXXIX	22,854	20.71	21,817	19.77	52,461	47.54	PRD
XL	18,609	17.89	22,750	21.87	51,022	49.04	PRD
TOTALES	695,832	18.06	908,334	23.58	1,740,980	45.2	

Fuente: Instituto Federal Electoral.











CAPITULO

III

3. Relación clientelar y reciprocidad: un estudio de caso en “Tierra y Libertad”

“¿Cómo se va a llamar la colonia? Unos decían que la colonia del sufrimiento, porque aquí habíamos sufrido mucho. Otros decían que San Judas Tadeo, porque el día sábado que se repartió era día de San Judas, pero les dije que no porque nos iban a decir los Judas. Entonces les dije ¿qué les parece que se llame Tierra y Libertad? Porque la tierra ya la tenemos, y ¿libertad? Porque estamos libres.”

El seguimiento de las campañas fue de gran importancia para la elaboración de este Tercer Capítulo, ya que nos ayudó a considerar a la colonia “Tierra y Libertad” como la segunda área de estudio. Decidimos realizar el segundo trabajo de campo en dicha colonia por dos cuestiones: la primera se debió que al asistir y observar en el recorrido realizado la presencia de un numeroso grupo de apoyo sumado a una considerable participación de los colonos en la realización del mitin celebrado el día tres de Mayo de 1997; y en segundo lugar una simpatía hacia el candidato a la Asamblea de Representantes del Distrito Federal.

A partir de la reconstrucción de la historia de la colonia por sus propios habitantes, así como la percepción que tienen de Francisco Martínez Rojo (FMR), trataremos de mostrar la forma en que se crea y establece una relación clientelar, en donde el voto como un bien de intercambio a largo plazo es resultado del prestigio y legitimidad política obtenido a través de su trabajo de Asesoría, es decir a través del establecimiento y mantenimiento de relaciones clientelares y de reciprocidad.

Para la obtención de material que nos permitiera la realización de cada etapa, recurrimos a la aplicación de encuestas,¹² entrevistas y la observación participante. Estas tres técnicas aportaron valiosa información en torno a la percepción y expectativas que fueron desarrollando los colonos hacia el candidato en el transcurso del desarrollo y formación de la colonia, también nos proporcionó datos diversos sobre el origen, nivel económico, tiempo de residencia, servicios, votantes potenciales, formas de reciprocidad, el uso de la identidad como estrategia de lucha, el

¹² Ver anexo 2 Denominado Cuestionario.

apoyo otorgado en campaña, y un punto central para este trabajo el comportamiento electoral tanto del grupo de apoyo como de los colonos de “Tierra y Libertad”.¹⁴

3.1 Tierra y Libertad: antecedentes del predio

La Delegación Política de Tláhuac se encuentra localizada en la zona sur oeste del Distrito Federal. Esta zona a diferencia del centro de la ciudad se caracteriza por su carácter rural, es decir por la presencia de áreas de cultivo, así como la remarcación de una identidad basada en la pertenencia al pueblo o barrio. Toda actividad política, económica y social de la delegación se encuentra centralizada en el Palacio Municipal del Pueblo de San Pedro, el cual está constituido por diez Barrios, una Unidad Habitacional y cuatro colonias, una de ellas, en este caso “Tierra y Libertad” nuestra área de estudio.

La colonia Tierra y Libertad, colinda al este con la colonia Quiahuatla y al norte con el barrio San Andrés, al sur con el barrio de San Sebastián y al oeste con el barrio de Los Reyes (este perteneciente a la Delegación Xochimilco. Con el transcurso del tiempo el terreno que actualmente ocupan sufrió diferentes modificaciones de acuerdo a la necesidad de las personas que vivieron en él. A continuación mencionaremos las etapas por las cuales paso antes de ser utilizado como zona habitacional.

Primer Etapa: El Lago de San Andrés

En su primer etapa el predio que actualmente ocupa “Tierra y Libertad” así como la colonia Quiahuatla, se encontraba oculto por el Lago de San Andrés quien era suministrado por la Ciénaga de Tláhuac, zona en la cual se podía pescar o cazar dependiendo de la temporada. La pesca, la agricultura por medio de chinampas así como actividades de caza eran realizadas por sus primeros pobladores los Cuitlahuacas quienes vivían a las orillas de la ciénaga.¹⁵

Segunda Etapa: La Desecación

¹⁴ De la misma forma en que se trabajó en el contexto político, este capítulo trata de forma muy general la identidad como recurso de los individuos para la apropiación de espacios, ello con el fin de aportar elementos de investigación teóricos y prácticos en el proyecto; Vecinos, barrios, colonias y pueblos en dos contextos urbanos de México: Identidad y culturas en el sur del D.F. y zona metropolitana de Guadalajara bajo la coordinación de la Dra. María Ana Portal Ariosa, así como con el apoyo del CONACYT.

¹⁵ Tribu Nahua. Cuaderno de información Básica Delegacional. 1989. INEGI. DDF.

Debido al constante desarrollo económico, político y urbano en el periodo presidencial del General Porfirio Díaz. En el centro del país y zonas aledañas en el siglo XIX y XX se desecaron algunos lagos como por ejemplo: el lago de Chalco, esta desecación provocó que descendiera el nivel del agua en forma general para crear nuevos asentamientos así como tierras para el cultivo.¹⁶ La tierra en el caso de los habitantes del pueblo de Tláhuac fue utilizada para el cultivo, sin embargo por la alta cantidad de salitre contenida en la tierra y por ende una baja producción de granos es dejada de sembrar.

Tercer Etapa: De campo de cultivo a basurero

El llano o los terrenos de la Quiahuatla (llamado por las gentes de San Pedro) debido al abandono el terreno es considerado por los pobladores como un foco de infección, ello debido a que fue utilizado como basurero y cementerio (de animales) de las colonias adyacentes. Existe al mismo tiempo una desinformación sobre la situación del terreno, dueños y límites por lo cual no son utilizados.

Cuarta Etapa: Intervención de Vivienda un Derecho a los Hijos de Tláhuac

En la cuarta el predio es considerado por la Delegación Política para la construcción de una Unidad Habitacional. Sin embargo a través de un movimiento social generado por la Asociación Civil Vivienda un Derecho a los Hijos de Tláhuac, el terreno es ocupado y fundada la colonia "Tierra y Libertad" que busca solucionar el problema de vivienda de las nuevas generaciones.

3.1.1 Situación Socioeconómica¹⁷

Podemos decir que los colonos que residen son nativos, ya que el 96.7% de las personas que residen en la colonia nacieron en alguno de los barrios o colonias del pueblo de San Pedro Tláhuac y tan solo un 3.3% de los colonos son ajenas a la Delegación. Al mismo tiempo dentro de la colonia se encuentran 5 niveles de clasificación para sus miembros (ello con relación al acceso de la tierra), el 74.7% es hijo de ejidatario, 11% hijo de pueblo, 6.6% vecindado, 4.4% ejidatario y 2.2% nieto de ejidatario. Lo anterior indica el carácter campesino que poseen los

¹⁶ Montaño, Ma. Cristina. La Tierra de Iztapalapa. Cuadernos Universitarios Núm 17. México 1984 203 págs.

¹⁷ Fuente. Base de datos a partir de información obtenida en la aplicación de cuestionarios (ver anexo 2), realizada en colaboración con el Dr. Héctor Tejera.

habitantes pertenecientes a alguno de los pueblos de Tláhuac, como en este caso lo es San Pedro.

Las ocupaciones laborales dentro de la colonia se distribuyen principalmente en tres rubros obreros, sector informal, y en la Delegación política dentro del área de servicios públicos. El 43% de la colonia percibe un salario mínimo o menos, aunque el 38% percibe de 1 a 3 salarios mínimos la mayor parte de este porcentaje se sitúa de uno a dos salarios.

En torno a la educación encontramos un bajo nivel educativo que ha influido tanto en su percepción laboral y por ende económica, ya que el 58.2% de sus habitantes ha cursado la primaria, 23.1% secundaria, 15.4% preparatoria y el 2.2% un nivel profesional.

La colonia consta de 534 lotes, los cuales se encuentran distribuidos en veinte calles con cinco cerradas.¹⁸ No cuenta con servicio de pavimentado, seguridad, alumbrado público, la luz eléctrica así como la red de agua es suministrada provisionalmente a través de mangueras y diablitos (alambres conectados a la toma de corriente de los postes), no poseen drenaje al interior del domicilio por lo cual tienen que usar fosa séptica, lo cual ha afectado en su mayoría a menores de edad que han mostrado síntomas de deshidratación y problemas digestivos.

En cuanto al estado civil aunque el 61.5% se encuentra casado por el civil, se observa un crecimiento de personas que han optado por vivir en unión libre el cual ocupa el 27%, 5.5% es soltero y el 2.2% es viudo.

3.1.2 Motivos que influyeron en la percepción de los habitantes de San Pedro Tláhuac, para la apropiación del predio

“¿Qué es un terrateniente?, Un mandamás, un allegado de un funcionario ¿no?, y ora lo que es un funcionario”

Antes de hablar de los motivos que influyeron en el comportamiento electoral de los habitantes de “Tierra y Libertad”, y su preferencia hacía FMR, es necesario realizar un recuento histórico que inicia desde el año de 1992 y termina al concluir nuestra investigación en el mes de junio de 1998.

¹⁸ Ver anexo 3 Denominado Calles y cerradas

Para su desarrollo, la Delegación Política de Tláhuac ha tenido que ampliar parte de su infraestructura, la expropiación de terrenos para la creación de los campamentos Uno y Dos. De acuerdo a los habitantes de la Colonia “Tierra y Libertad” estas ampliaciones, han sido resultado de constantes acciones arbitrarias, tomadas por “supuestos propietarios en contubernio con autoridades del DDF, quienes continúan especulando con terrenos del ejido de San Pedro Tláhuac”.¹⁹

Dicha expropiación, además de acciones coercitivas de sus funcionarios públicos, en la opinión de los habitantes de “Tierra y Libertad” ha influido en la percepción que las personas a delegaciones colindantes tienen de Tláhuac, tipificando y estigmatizando a sus pobladores mediante la siguiente frase: “para pendejos vayan a Tláhuac”.²⁰

Este tipo de tipificación no es particular de Tláhuac, sino de muchas zonas en donde el sector campesino alberga como principales características un bajo nivel socioeconómico y un marcado analfabetismo, ya que en el caso de los habitantes de Tierra y Libertad el mayor grado de estudios registrado en el 58.2% de sus habitantes es la primaria.

Sin embargo a pesar del estigma que conlleva dicha frase, fue retomada por un grupo de personas pertenecientes al pueblo de San Pedro Tláhuac al conformar una Asociación Civil, en la cual se había comentado la existencia de un terreno de propiedad comunitaria, mismo que sería expropiado por la Delegación para la construcción de una Unidad Habitacional destinada a sus trabajadores. Ante ello la Asociación decide intervenir persiguiendo dos objetivos; mientras que el primero se enfocaba reivindicar su imagen y desmitificar la adscripción de la cual eran objeto no permitiendo “mas atropellos de la delegación”, como menciona un miembro de la Mesa Directiva.

Los colonos de “Tierra y Libertad” entran a la defensa, lógicamente se da porque el gobierno con anterioridad ya había tomado, por así decirlo algunos lugares para su estructura. El campamento número uno, y el campamento número dos que esta sobre la avenida San Rafael Atlixco a una altura del CETYS y a un lado de él toman otra porción para poner materiales por par-

¹⁹ Excelsior, Distrito Federal: Denuncian despojo de tierras en el ejido de San Pedro Tláhuac. 30 de Octubre de 1992, p. 1 y 14. (ver anexo 4)

²⁰ Dicha frase fue recopilada en diversas entrevistas realizadas a los colonos.

te de FIVIDESU”.²¹

Mientras que el primer objetivo buscaba reivindicar su imagen, el segundo buscaba solucionar la falta de vivienda de las nuevas generaciones pertenecientes al pueblo de San Pedro Tláhuac, mediante la dotación de “solares” provenientes del predio mencionado.

3.2 Fundación de la Asociación Vivienda un Derecho a los Hijos de Tláhuac (VDHT)

3.2.1 Objetivos

Como mencionamos antes, al tener conocimiento del proyecto a realizarse por parte de la Delegación, el grupo de personas pertenecientes al pueblo deciden formar una Asociación para intervenir en dicho proyecto surgiendo el 31 de Marzo de 1992 la Asociación Vivienda un Derecho a los Hijos de Tláhuac (VDHT). En ese mismo día se elige a Patricia Mendoza como Presidenta, Juan Cabello como Secretario, y a la Mesa Directiva, quien se compuso de miembros iniciadores de la Asociación como de los nuevos integrantes. Asimismo se realizan las listas que integraron a las personas que le dieron cuerpo a la Asociación, después de establecida la asociación se comenzó a realizar juntas periódicamente con el fin de observar la participación de la gente registrada.

Para mantener la unidad del grupo se encargó a los integrantes invitar a amigos o familiares para hacer crecer al grupo estableciendo un grupo mas integrado por los cercanos lazos de parentesco o de amistad que poseían los miembros de la Asociación, y que además pertenecieran al pueblo de San Pedro Tláhuac, lugar donde se encontraba el predio.

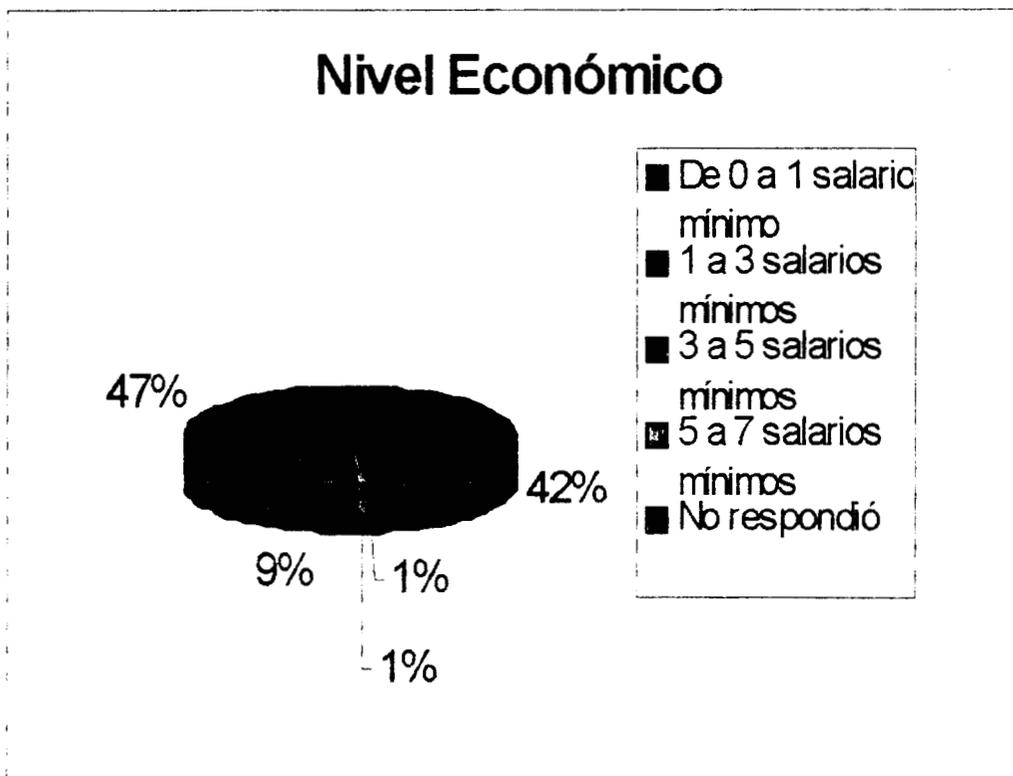
Debido a la constante llegada de personas fue necesaria la realización de una segunda lista para integrar a las nuevas que se habían sumado a la Asociación y conocer el número de personas en total. Para despertar el interés de participación, los iniciadores del movimiento comunicaron la posible dotación de lotes para personas que pertenecieran a alguno de las colonias o barrios de San Pedro y además lo requirieran.

Aunque uno de los objetivos primordiales para VDHT, como mencionamos fue la reivindicación de su imagen, fue sustituida por la adquisición de lotes para los desposeídos, que en su mayoría son las nuevas generaciones, hijos de ejidatario y nietos, etc. Los cuales en su mayoría

²¹ Entrevista realizada a miembro de la Mesa Directiva el día 3 de abril de 1998 a las 20:15 horas.

debido al bajo ingreso que perciben (Ver Cuadro 1, Fuente: Base de datos) el acceso a un terreno se encuentra limitado, por lo cual tienen que rentar un espacio para habitar o en su defecto residir dentro de la casa paterna o materna como fue el comentario de diversas personas: “aquí hemos sufrido bastantísimo que a veces me acuerdo y me dan ganas de llorar, pero digo, de menos ahora tengo donde vivir, porque yo vivía con mis suegros.”²²

Cuadro 1



²² Entrevista a miembro del grupo de apoyo el día 16 de abril de 1998.

3.3 Establecimiento de redes de FMR con los miembros de VDHT

3.3.1 La invitación a FMR

Yo cuando lo conocí estaba viendo una cosa de los lotes, él en ese tiempo trabajaba como asesor del comisario ejidal.²³

Debido a la poca participación de los miembros de la Mesa Directiva en movimientos populares, la Asociación buscó la asesoría de personas que tuvieran conocimiento y hubieran participado en movimientos de ese tipo. Es en este momento cuando los miembros fundadores de la Asociación consideran realizar la invitación a FMR quién anteriormente había trabajado en la Unión Nacional de Trabajadores Agrícolas (UNTA) y participado en el momento de conocerlo como asesor del comisario ejidal.

El trabajo realizado por FMR como asesor del Comisario enfocado a programas de regularización y escrituración en las colonias San José y Santa Cecilia pertenecientes al pueblo de San Pedro Tláhuac en 1990, así como su participación como asesor en la creación de una planilla para la elección de comisariado ejidal 1991, fue lo que le permitió ser considerado e invitado a participar en la Asociación como asesor. Su trabajo no solamente era conocido por los iniciadores del movimiento, sino también por las personas que vivían anteriormente en las colonias que recibieron el programa de regularización de predios.

3.3.2 Resguardo del predio

“A poco por aquí pasamos”

Después de varias asambleas realizadas desde el día 31 de marzo, el día 6 de abril de 1992 se llevó a cabo una asamblea general, en la cual la Mesa Directiva y FMR deciden informar a sus miembros la hora y lugar de reunión para la posterior entrada y “resguardo”²⁴ del llano, ya que hasta el momento no habían informado cual era la localización del predio a resguardar por miedo a que se corriera la noticia como había ocurrido dos ocasiones anteriores.

²³ Entrevista a miembro del grupo de apoyo el día 3 de abril de 1998

²⁴ Aunque la idea de la asociación era solucionar el problema de viviendas, se manejo la idea de resguardo para

Después de contar con una nutrida asistencia en los lugares acordados que fueron: el lago de los Reyes, lago de Quiahuatla, lago de San Sebastián y la avenida Tláhuac. La Mesa Directiva dio la señal de avance mediante el lanzamiento de cohetes dispuestos en cada punto de reunión. El cohete utilizado en la mayoría de las ocasiones para las fiestas religiosas, fue utilizado en este caso como un importante instrumento de comunicación, como menciona uno de sus miembros: “la primera parte para entrar a este terreno no fue, basado en el uso de radios, cbs, u otra cosa, fue por parte que usamos el cohete. Cada cohete tenía una señal, si nosotros aventábamos un cohete era señal de alerta, tres cohetes era emergencia, dos cohetes era estar bien preparados, estábamos bien coordinados.”²⁵

Habiendo entrado al predio, la Mesa Directiva organizo la instalación de campamentos de vigilancia y designar un comisionado, el cual era elegido por las personas que se quedaran en el módulo. Para la creación de los módulos la Mesa Directiva les había comunicado con anterioridad que llevaran material de cualquier tipo, como recuerda uno de los miembros de la Mesa Directiva “tu veías gente desde las cuatro de la mañana que llevaba palos, cartones, para levantar un cuarto”.²⁶

Al terminar la instalación de los módulos y contar con un comisionado de módulo la mañana los sorprendió, no por el hecho de ver al Subdelegado de Jurídica de Gobierno así como acompañantes sino por las condiciones del terreno, al expresar “a poco por aquí pasamos, no lo podíamos ni creer”,²⁷ ya que el entrar en medio de la oscuridad no les permitió ver la deformidad del terreno, así como la cantidad de basura que albergaba, ello por ser utilizado como basurero.

evitar problemas con la delegación y su intento de desalojo

²⁵ Entrevista realizada a miembro del grupo de apoyo el 31 de marzo de 1998

²⁶ Entrevista realizada a miembro del grupo operativo el 20 de abril de 1998 a las 10:15.

²⁷ Entrevista realizada miembro del grupo de apoyo el 19 de febrero de 1998

3.4 Comienza la lucha

3.4.1 Primer Día: Inicio del Proceso Legal

“Me la voy a jugar, porque hoy te voy a sacar”. Y entonces respondió: “pues nos la jugamos”.²⁸

A las seis de la mañana del 7 de abril se encontraba frente al terreno ocupado por VDHT, el Subdelegado Jurídico de Gobierno en representación del Delegado Político, con el fin de desalojar a los ocupantes. Ante esa situación se dio la orden de que nadie saldría del predio para que, en caso de un ataque por parte de la Delegación se prendería fuego a las zanjas que delimitaban las entradas principales al predio, a las cuales con anterioridad se les regó petróleo.

Después de la primera visita comenzó el proceso legal para la asociación el mismo día con la obtención de amparos, dado que surgieron de forma rápida demandas de cinco particulares aunada a la presentada por la delegación en contra de la Mesa Directiva.²⁹

Para una mejor organización la Asociación decidió dividirse en tres grupos: el primero correspondía a la Mesa Directiva o administrativo ya que se encargaba de presentarse ante las instancias administrativas como representantes de la Asociación; el segundo llamado grupo de apoyo³⁰ y fuerza del movimiento tenía la función de participar en mítines, marchas o plantones hacia las dependencias públicas que fueran visitadas, y por último el grupo operativo, quién se encargaba de permanecer en el predio para observar y mandar o pedir ayuda en caso de que hubiera ningún problema con los elementos de vigilancia enviados por la Delegación.

3.4.2 Segundo día: La identidad como estrategia de lucha

El 8 de abril la VDHT decide realizar su primer movilización hacia las oficinas del Departamento del Distrito Federal no sin antes dejar asegurado el resguardo del predio en manos del grupo operativo. Al llegar al DDF fueron recibidos por el Secretario del DDF, quién al ver el

²⁸ Entrevista realizada a miembro de la mesa directiva el 4 de marzo de 1998

²⁹ Ver anexo 5, titulado *Demandas*.

³⁰ No confundir con el grupo de apoyo mencionado en el capítulo segundo, aunque su función es participar en las actividades designadas por los representantes, el contexto en el cual se desarrolla el fenómeno es diferente.

numeroso grupo de personas que se encontraban afuera entabló una plática con la Mesa Directiva.

Antes de reunirse con alguna autoridad del DDF la Mesa Directiva y FMR planearon la estrategia que presentarían para contrarrestar los argumentos hechos por la Delegación como por particulares. En este caso fueron dos estrategias: la primera utilizada en instancias públicas y legales, se enfocó a presentar los planos en los cuales la zona está clasificada como ejidal y no ecológica, argumento utilizado por la Delegación. La segunda estrategia de mayor importancia utilizada la Mesa Directiva y FMR en todas las dependencias públicas para contrarrestar las demandas y malos comentarios tanto en los pueblos vecinos como en el propio, fue el uso de la identidad basada en el lugar de origen, es decir ser Tlahuenses por el hecho de pertenecer al pueblo de San Pedro Tláhuac.

La identidad agrupa varias ideas en su concepción ordenadora de la cultura a partir del uso de los símbolos, como es la permanencia, la existencia en estado separado (la distinción frente al otro) y la relación de semejanza absoluta entre dos elementos (Aguado/Portal, 1991: 32). Para este caso en particular para los miembros de la Asociación la identidad más que utilizada para marcar una distinción o semejanza frente a otros grupos, fue empleada como estrategia de lucha para la obtención del predio, ya que:

el hecho de poseer una identidad es un recurso de poder y de influencia. Contrariamente a las teorías de la sociedad de masas y a los análisis de movilización en términos de crisis, la integración de un grupo y su identificación son un recurso decisivo de la movilización. No son los actores en crisis los que se movilizan más fácilmente, sino los que pueden utilizar los medios de su integración para promover una estrategia. La movilización no es una acción expresiva frente a amenazas que pesan sobre la identidad; según los análisis de la movilización de recursos, la identidad es el medio para la acción. (Dubet F., 1989, pág. 527 en Aguado/Portal: 1991, pág. 33).

Al terminar de presentar VDHT su demanda con el Secretario del DDF, y mostrar mediante la presentación de sus listas que los demandantes pertenecían al pueblo de San Pedro, este mismo mando llamar al Delegado Político de Tláhuac para preguntarle si tenía conocimiento de la situación que planteaban dichas personas y asimismo les concediera una reunión el mismo día con la finalidad de llegar a un acuerdo.

3.4.3 Tercer día: Elaboración de la minuta

“Pues, nos la jugamos a ver que pasa”

El día 9 de abril se realizó la junta en la Delegación Política en la cual se elaboró una minuta entre representantes de la Delegación, la asociación, el consejo de vigilancia representado por el comisariado ejidal, la Delegada de CORRET del DDF y FMR representante de la UNTA quién fungió como asesor legal de VDHT.²¹

En el transcurso de la plática se suscito un enfrentamiento verbal entre el Delegado Político y el Asesor de la Asociación, en el cuál el segundo opto por abandonar la reunión, ante esa postura el Delegado de nueva cuenta le llamó para continuar, siendo aceptada la invitación por el asesor y proseguir con la sesión. Después de una larga, y no sin pequeños conflictos verbales, charla realizaron una minuta en la cual se llegó a los siguientes acuerdos:

- La Delegación reconoce al grupo como Vivienda un Derecho a los Hijos de Tláhuac
- La delegación se encargara de emparejar el predio y de construir los módulos de vigilancia.
- Realización de una Comisión Tripartita (Delegación, Asociación y Particulares) para elaborar un estudio socioeconómico a los solicitantes y seleccionar de entre los solicitantes a los que más necesitaran la vivienda.

Al conocer los resultados de la reunión y de la actitud que presento su Asesor ante el Delegado, los miembros de la Asociación, comenzaron a aceptarlo e incluso a no realizar una acción sin antes consultar tanto a la Mesa Directiva como a él.

3.5 Cumplimiento de los acuerdos

3.5.1 La construcción de los módulos de vigilancia

Antes de iniciar el emparejamiento del terreno la Delegación le propuso al Asesor y Mesa Directiva la construcción de una Unidad Habitacional, después de haber consultado la opinión de sus compañeros, Mesa Directiva y asesor llevaron como respuesta una negativa. Asimismo el trabajo de emparejamiento quedo inconcluso, debido a que cuando la gente fue replegada poco

²¹ Ver anexo 6, titulado Minuta de acuerdo.

a poco al grado de quedar a la mitad del terreno, fue invitada a desalojar el terreno para concluir la mitad que faltaba ante lo cual se negaron, aludiendo que si se replegaban y salían del terreno, los cuerpos policiacos y judiciales presentes no les permitirían entrar después. Como la obra quedó inconclusa, la gente sufrió las inclemencias del tiempo, ya que en esa misma tarde se desató un aguacero empapando a las personas que no se previnieron. La obra de emparejamiento fue terminada al cuarto día, instalándose asimismo seis módulos de vigilancia ubicados en los accesos principales y reorganizarse para los meses que venían. En el mapa que se presenta en la página siguiente se señalan los módulos y calles que posee la colonia.

3.5.2 La comisión tripartita y la realización del estudio socioeconómico

La elaboración de las listas que contenían los nombres de los integrantes de VDHT fue realizada por los mismos miembros de la Asociación. Para demostrar que sus miembros realmente pertenecían a la Delegación Tláhuac, e incluso que eran ejidatarios (aún cuando no poseyera tierra en el momento), realizó la conformación de listas en las cuales se decidió clasificar a las personas en los cuatro niveles de identidad³² que a continuación mencionamos.

- Ejidatario
- Hijo de ejidatario
- Nieto de ejidatario
- Hijo de pueblo

Para la realización del estudio socioeconómico, también llamado “carpeta básica”, se creó una Comisión Tripartita,³³ la cual trabajó a partir de las 18:30 a las 23:00 horas. Entre la primera condición que establecía la Delegación (ya que el grupo de los particulares nunca se presentó) para considerar a cada uno de los solicitantes de vivienda, era que fueran ejidatarios aún cuando ya no tuvieran tierras en ese momento. Ello se comprobaba llevando una copia del Certificado Ejidal en la cual aparecía el nombre del propietario, así como el número del Certificado

³² Cuando hablamos de una multiplicidad de niveles de identidad, nos referimos a la clasificación que cada grupo reconocido asimismo como unidad realiza en su interior. Esta clasificación como señala Aguado/Portal nos permite conocer las características del grupo, a partir de la forma en que los miembros del grupo distinguen sus semejanzas y diferencias. (Aguado/Portal: 1991)

³³ Ver Anexo 7, denominada Circular para la elaboración del estudio socioeconómico.

concedido por decreto presidencial el 2 de agosto de 1923.²⁴ En caso de no contar con título de propiedad ejidal era tachado de la lista. Un ejemplo es cuando se nombraba a las personas de la lista en caso de no contar con título de ejidatario o no ser conocido por la comisión que representaba a la Delegación (CD), era eliminada.

CD.- “Cabello Martínez Juan si es y a nosotros nos consta (ejidatario), no hay bronca; Aguilar Martínez Francisco, ¿quien es el señor?, no lo conocemos, ¿Argumedo Hidalgo Ramón, pues tampoco lo conocemos”

VDHT.- “Pero aquí tienen su número de certificado agrario, vamos a ver su historial”.²⁵

Ante los constantes conflictos en las reuniones sumado a que algunas personas no poseían aún el título de ejidatario, ya sea porque sus padres fallecieron y no dejaron la cesión de derechos o haber perdido el título la Asociación optó por abandonar las reuniones en las cuales solo llegaron a revisar 4 de las 15 hojas (aproximadamente) que contenían los nombres de los miembros de la Asociación en el transcurso de tres meses.

De acuerdo con los datos obtenidos en el proceso de investigación la estructura social de la colonia no vario en su composición original a pesar de que en el desarrollo de la colonia algunos de los lotes fueron vendidos, traspasados a personas ajenas al movimiento y al pueblo de San Pedro Tláhuac, como a continuación se presenta en el siguiente cuadro:

²⁴ Diario Oficial de la Federación. Tomo CDLXXXVII No. 11, México, D.F., martes 17 de mayo de 1994. p.p. 32-35

²⁵ Entrevista realizada a miembro de la mesa directiva el 18 de marzo de 1998.

Cuadro 2

Relación con la comunidad^a

	Frecuencia	Porcentaje
Hijo de ejidatario	68	74.7
Hijo de pueblo	10	11.0
Avecindado	6	6.6
Ejidatario	4	4.4
Nieto de ejidatario	2	2.2
No respondió	1	1.1
Total	91	100.0

a. Fuente: Datos de campo

3.6 Enfrentamientos, Marchas y Deserción

3.6.1 La lucha diaria

“Si salgo me detienen, mejor me quedo acá”

Después de llegar a los acuerdos de la realización de la carpeta básica, limpiar e instalarse los módulos los miembros de la Asociación, empiezan a organizar y establecer los tipos de guardia que iban a realizar en el transcurso de la lucha. Al inicio fue de 24 X 24 horas, al pasar los días y notar que la Delegación había dejado de presionar fueron una vez cada semana, cada quince días, hasta llegar a ir una vez por mes. El acceso a los módulos se daba de acuerdo a las listas que había elaborado la Asociación, ninguna persona podía acceder al predio por un lugar en el cual no hubiese sido registrado anteriormente.

En caso de observar algún incidente, los comisionados hacían un llamado de auxilio a los demás módulos a través de los cohetes, acto seguido, se dejaban algunos elementos en el módulo, mientras que hombres, mujeres y personas de edad acudían al llamado. Varios de los llamados realizados tenían el principal motivo de apoyar a sus compañeros a introducir materiales de construcción al interior del predio. Para introducir el material las personas encontraban diversas formas, pero, en ocasiones al ser descubiertos por las autoridades eran amenazados e intimidados, incluso algunos de los miembros recibieron demandas por hacer caso omiso a las autori-

dades presentes y por ende permanecer durante días en el predio hasta recibir un amparo para no ser detenidos por el aparato judicial como muestra el caso siguiente

Entonces de ahí para acá surgieron varios problemas con Jurídica de Gobierno siempre aventábamos de ventanilla a la gente de edad, porque la verdad aquí la gente de Tláhuac, a mi me dio mucho gusto, se la rajó. Principalmente las mujeres que se ponían de escudo cuando llegaban los de la montada, tú sabes que si quieren hacer algo es contraproducente, pegar, un accidente. Todavía uno de cabrón se la raja, que estamos dispuestos a la primera. Nosotros desde que surgió esto estábamos dispuestos a lo que se viniera. Entonces llegaron las autoridades, yo estuve aquí cuatro días, no podía salir de aquí porque tuve problemas con las autoridades. Traje una camioneta de polines, aquí por el módulo cuatro, no me dejaban pasar las autoridades, se me puso enfrente uno de Jurídica de Gobierno, no me dejaba entrar con el camión, entonces la gente me estaba esperando junto con los polines, se me puso enfrente. Le dije quítate porque no respondo, y la gente diciendo “que se meta, que se meta”. Dije “Pues ahí te voy mano” que meto velocidad y que lo paso a aventar, salto por allá de la zona y me metí. Supuestamente me levantaron una demanda, éramos un promedio de 20 gentes que estábamos demandados, nos extendieron un amparo, anduvimos cargando el amparo para no tener problemas con las autoridades. Durante esos días estuve aquí encerrado, porque lo que hice no fue una gracia ¿verdad?, toda la gente me apoyaba, pero no podía salir, si algo me detienen, mejor me quedo acá.²⁶

Al mismo tiempo de tratar de negociar con la Delegación, la Asociación realizó salidas a diversas dependencias de Gobierno para demandar una agilización de en torno a su problema, para ello dividía sus fuerzas, en la colonia se quedaba el grupo operativo y la mitad del grupo de apoyo, el cual se había quedado en el predio, pero sabía que en la próxima marcha irían en el lugar de la primera mitad.

Aproximadamente eran 200 a 300 personas las que participaban en las marchas, para transportarse solicitaban el apoyo a microbuses, a quienes pagaban 5 pesos por el servicio de ida y vuelta. Entre las dependencias que visitaron se encuentra la Reforma Agraria, la Asamblea de Re-

²⁶ Entrevista realizada a miembro del grupo operativo el 3 de Abril de 1998.

presentantes, Procuraduría de Justicia, al Zócalo, a Palacio Legislativo, Comisión Nacional del Agua y con Camacho Solís.

3.6.2 Deserción e inconformidad

Sin embargo no todo marchó sin problemas, debido a que mientras que la Mesa Directiva y FMR se encargaba del proceso jurídico, los miembros de la Asociación se encargaban de vigilar el predio. Esta constante vigilancia sin recibir noticias del día en que se realizaría el reparto se torno monótona y de incertidumbre. Este periodo de incertidumbre se mostró de forma particular en los meses de Agosto, Septiembre y Octubre, meses en donde se suscitaran muchas deserciones.

Las deserciones eran ocasionadas por las condiciones alimenticias, climatológicas y de salud a que se enfrentaban diariamente en el resguardo del predio, viento, frío, calor, lluvia. Algunas otras se debían al temor que tenían los miembros de la Asociación consecuencia del rumor de ser desalojados del predio por la Delegación, e incluso de negociaciones realizadas entre la Delegación con miembros de la Mesa Directiva y con FMR. Al mismo tiempo, esta incertidumbre y temor consecuencia del rumor, se transformaba en desconfianza hacia FMR y la Mesa Directiva, quienes eran los encargados de manejar las finanzas, el proceso jurídico e informarles, ya que aunque los miembros de la Asociación, manifestaban que el movimiento era encabezado por la Asociación misma y no existía un dirigente formal, FMR era una de las cabezas principales del movimiento.

“La Mesa Directiva era la que entraba a las juntas, de ahí sacaban sus conclusiones y luego nos avisaban, de tal forma que este FMR nos daba siempre las indicaciones, son muy pocas veces en las que Rojo no estaba.”²⁷

FMR era considerado como dirigente por los miembros de la Asociación y había logrado conseguir prestigio, este mismo había iniciado el día en que se enfrentó verbalmente ante el Delegado Político y en la constante presencia en juntas, rondines, careos ante los demandantes y sobretudo en la relación cercana que mantenía con todos los miembros de la Asociación. A pesar de la desconfianza mostrada en los meses de deserciones, la confianza de los miembros hacía la

²⁷ Entrevista realizada a miembro del grupo operativo el 16 de Abril de 1998.

Mesa Directiva es minimizada y con el paso del tiempo consolidada a partir del día 28 de Noviembre.

3.7 Legitimidad Política de FMR

3.7.1 28 de Noviembre

Aunque el temor de ser desalojados no desaparece en su totalidad, es minimizado a partir del día 27 de noviembre, día en que se les informa que se realizará el reparto de lotes. Ese mismo día la Mesa Directiva les comunicó a los miembros de la Asociación llevaran para el día siguiente, materiales de cualquier tipo, ya que era el momento adecuado para el reparto de los lotes. Asimismo les recordaron el acuerdo que habían tenido en el transcurso del resguardo para evitar enfrentamientos entre ellos mismos. Este acuerdo se aprobó que el reparto se realizaría de acuerdo a la lista hecha por la Asociación y además haber cumplido con la mayoría de sus guardias realizadas.

Semanas antes de dar la noticia fueron llevados topógrafos a la colonia quienes se encargaron de hacer los planos de la colonia. Aunque intentaron dejar las calles en forma lineal algunas quedaron como cerradas, debido a la conformación del terreno y a que el número de participantes excedía del total de lotes a repartir.

Así como la identidad fue utilizada como un recurso de poder presentado por VDHT ante los demandantes, los niveles de clasificación fueron utilizados de la misma forma entre los miembros de la Asociación con el fin de mostrar su posición ante sus iguales o desiguales y por ende su derecho a un lote. Es decir: ser ejidatario no era lo mismo, que ser hijo de ejidatario, nieto de ejidatario, hijo de pueblo o en el peor de los casos avecindado, esta categoría correspondía a las personas que aunque se les había permitido participar en el movimiento tenían anticipado que serían los últimos en recibir dotación.

Los dos días en que se repartieron los lotes, 28 y 29, fueron de angustia tanto para los colonos como para la Mesa Directiva, mientras que para los primeros su temor era no alcanzar un lote, para los segundos era que no alcanzara la mayoría de la Asociación y por ende un sinnúmero de problemas. Como esperaban, algunos de los miembros no alcanzaron lotes, ello en algunos casos como mencionamos anteriormente, se debió al lugar que ocupaban dentro de los niveles de clasificación, así como por la cantidad de faltas que tenían al no realizar sus guardias.

Al ir asignando a cada persona su lote la Mesa Directiva les pedía una cantidad de 300 pesos, este dinero, se les había informado estaba destinado para el pago de los topógrafos, abogados, papelería e instrumentos de comunicación que hicieron uso desde el día del resguardo. Este punto es muy importante, ya que este pago establece una percepción diferente a la que se había estado rumoreando de FMR y la Mesa Directiva, al comentarse que el precio pagado no era importante, lo importante era que habían obtenido un lugar donde vivir “gracias” al trabajo de la Mesa Directiva y más aún de FMR quién a pesar de ser un avecindado los había apoyado.

3.7.2 Un nombre para la colonia

Después de recibir su lote, se realizó una asamblea en donde se propusieron diversos nombres para la colonia tal como: La colonia del Sufrimiento, de San Judas Tadeo o 7 de Abril. Sin embargo decidieron que se llamara “Tierra y Libertad” debido a que el inicio de la Lucha se dio en los días próximos a realizarse la gran marcha de campesinos de varios Estados, para recordar la muerte de Emiliano Zapata ocurrida el 10 de Abril.

Acabada la reunión algunas personas comenzaron a construir de inmediato casa de tabique, pero algunas otras no lo hicieron debido a que tenían el temor de que después de construir, la delegación se presentara y derrumbara sus casas por lo cual solamente construyeron casas de lamina de cartón. En otros casos la falta de capital o el delimitar su propiedad sin pensar en ir a vivir a ella de inmediato fue lo que hacía que las construyeran de lámina de cartón.

3.7.3 Percepción de los colonos en torno a FMR

Fueron diversos factores que influyeron en la legitimidad política de FMR percibida por los colonos. De acuerdo al capítulo uno, la legitimidad política de un actor político se adquiere ya sea por la propaganda más engañosa que puede generar o el propio desempeño de su trabajo, para el caso de FMR, fue el segundo punto.

Uno de los muchos factores, fue continuar con el asesoramiento a la colonia después de ser intimidado por la Delegación y de los Particulares, así como el conflicto suscitado con el Delegado. Esta intimidación no solamente era dirigida hacia él, sino también a los miembros de la Mesa Directiva debido a las demandas que tenían en su contra, la cual consistía en vigilar día y noche los movimientos que realizaban y en caso de que cometieran un error serían aprehendi-

dos inmediatamente. Para evitar su aprehensión eran acompañados tanto de miembros del grupo operativo, como del de apoyo.

Otro, fue la constante presencia que realizó Francisco antes y después de los días de reparto, así como en los días en que festejan el 7 de abril y el 28 de Noviembre, le hizo ser un elemento necesario para el desarrollo de la colonia.³⁸ Ello debido a que su presencia junto con el poder de movilización y organización creaba tranquilidad y ánimo a los colonos en las salidas a diversos dependencias del Distrito Federal, así como la Prensa (ver lamina), con el fin de solicitar la regularización e introducción de los servicios de agua potable, electricidad y drenaje, ya que los colonos aun mostraban el temor de ser desalojados consecuencia del rumor que seguía corriendo entre ellos, a pesar de que el 17 de mayo de 1994 fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el decreto que anunciaba la destinación del predio para uso habitacional a favor de VDHT. Para ejemplificar esta situación haremos la siguiente referencia:

“Ya la gente se empezaba a angustiar, a aburrir ¡verdad!, Pero, si hubo un poco de paciencia. Aparte de eso hubo paciencia porque los motivábamos y en primer lugar definitivamente era FMR. Cuando veían a FMR era cuando les inyectaba más seguridad y esperanza, y nosotros tratamos de motivarlos. Así se llegó a un acuerdo te vuelvo a repetir, para esto no se paran las salidas, siguen las salidas porque era necesario ir a pedir, pues, los servicios, lo de CORRET. Para esto las autoridades nos decía que no había un decreto presidencial en el cual dijera que podríamos quedarnos aquí, pero, ya tal cual había salido ese decreto presidencial”.³⁹

Inclusive, el prestigio que obtuvo como asesor en el contexto social y político se traspaso al ámbito religioso, debido a que en la elección del Santo Patrono su nombre fue considerado por los miembros de la Asociación, como ejemplifica el siguiente comentario:

Unos decían que San Pedro, pero no porque ese el patrón de Tláhuac. Entonces dijeron San Francisco, porque el asesor se llama Francisco, yo les dije ¿qué les parece que se llame Cristo

³⁸ En estos días se celebra en primer lugar el día en que entraron al predio, en segundo una mezcla en dos contextos diferentes; uno social el cual se ubica en el día en el cual se repartieron los lotes y otro religioso al festejar a *Cristo Rey* Santo Patrono de la colonia.

³⁹ Entrevista realizada a miembro del grupo operativo el 16 de Abril de 1998.

Rey?, Entonces todos quedaron de acuerdo.⁴⁰

Después de terminar con el proceso legal en el cual se les retiró los cargos y obtener el dictamen a favor de la Asociación, los miembros de la Mesa Directiva decidieron realizar diferentes proyectos, entre los que destacaban participar en las elecciones para Consejeros Ciudadanos o integrarse a algún Partido Político.

En el caso de FMR su proyecto fue participar como candidato del PRD en 1994 y posteriormente en 1997, año en el cual ganó con el apoyo tanto de la ciudadanía como de los colonos de “Tierra y Libertad” a quienes les comentó su decisión y solicitó al mismo tiempo su apoyo. Los lazos establecido a través del apoyo otorgado por FMR durante el proceso de lucha, la asesoría en torno a la introducción de servicios así como de regularización de los lotes en la colonia, se consolidaron en el apoyo recibido por los colonos en la realización de sus actividades de proselitismo.

3.8 ¿Identificación con el PRD o con FMR?

“Somos Perredistas”

En muchas de las repuestas obtenidas en las encuestas de los miembros de la colonia se mencionaba “somos perredistas”, y si bien es cierto que existe una simpatía con el PRD, dicha simpatía e identificación se enfoca principalmente en la figura de FMR. La simpatía e identificación con FMR y de la misma forma con el PRD no inicia en su participación como asesor jurídico en la colonia, sino en su posterior participación en el Comité Ejecutivo Estatal del PRD en el Distrito Federal, en el Departamento de Asuntos Agrarios en 1993.

Cuando inició el movimiento y la lucha por el predio que ocupó la Asociación Vivienda un Derecho a los Hijos de Tláhuac, mismo en el que participo como asesor, los miembros de la Asociación tenían diferente preferencia partidista, se puede decir que había un multipartidismo en la colonia, debido a que aún en las elecciones de 1994 la preferencia electoral no había cambiado en algunas personas como explicaremos mas adelante.

⁴⁰ Entrevista realizada a miembro de la mesa directiva el 31 de Marzo de 1998

3.8.1 Reafirmación de los lazos de reciprocidad

Fui a la campaña para dar gracias por el apoyo que nos dio, y no se lo dejaremos de dar, ya que es recíproco⁴¹

La campaña de 1994

En 1994 FMR es invitado para participar como candidato a la Asamblea de Representantes en el Cuarenta Distrito por el PRD. Acto seguido solicita el apoyo de los colonos, mismo que es aceptada. Algunas de las actividades de apoyo que realizan es la asistencia a mítines, pintando bardas, repartiendo propaganda, realizando encuestas para conocer la preferencia partidista en algunas zonas.

Los colonos aceptaron participar en la campaña por dos causas principales: en primera, sabían que en caso de ganar Francisco Martínez podían obtener beneficios, como era gestión de sus servicios (agua potable, drenaje, electricidad y asfaltado) ante la Delegación Política; y en segunda al corresponder al trabajo de asesoría realizada años antes como señala el comentario siguiente:

La meta era que alguien, de nuestro grupo quedara en el poder para podemos ayudar directamente, ya no estar esperanzados... ya estando en él tenemos ganado el 100% en servicios.⁴²

Pero a pesar de la labor realizada en la campaña los resultados fueron adversos tanto para el candidato como para los colonos, el trabajo de asesoramiento para la solución de sus servicios se siguió realizando en forma constante por él.

Aún con el multipartidismo que presenta la colonia, en las votaciones la preferencia electoral de los colonos encuestados hacia el PRD la cual fue del 29.66%⁴³ (Véase Cuadro 3), no muestra una zona definida como Perredista, si indica una percepción positiva de los colonos en referencia a su asesor quién fue candidato para la Asamblea de Representantes del Distrito Federal por el PRD.

⁴¹ Entrevista realizada a miembro del grupo de apoyo el 18 de Febrero de 1998.

⁴² Entrevista realizada a comisionado de módulo de vigilancia el 31 de marzo de 1998.

⁴³ Los datos expuestos se tomaron de la encuesta realizada en el desarrollo de la investigación para mostrar el cambio de percepción así como el comportamiento electoral en torno al PRD y en particular a FMR. A su vez presentamos en el cuadro tres los porcentajes que nos aportaron dichos datos así como la percepción de los colonos en relación a su cambio de preferencia.

Cuadro 3

Razones de preferencia electoral

	Frecuencia	Porcentaje
Si cambio, votó por el PRD para que haya un cambio	20	22.0
No cambió, votó por el PRD. Siempre vota por el mismo	18	19.8
No respondió	15	16.5
No votó	8	8.8
Sí cambió, votó por el PRD ^a	8	8.8
No cambió	4	4.4
No cambió, votó por el PRD porque ha visto cambios o avances	3	3.3
Si cambió	3	3.3
No cambió, votó por el PRD porque el líder los ha ayudado	2	2.2
Si cambió, votó por el PRD porque lo presionaron	2	2.2
Si cambió, votó por el PRD por decepción del partido anterior	2	2.2
Si cambio, votó por el PRD porque el el líder de la colonia los apoya y él es del PRD	2	2.2
No cambió, votó por el PRD porque los obligan a votar por este partido	1	1.1
No cambió, votó por el PRD porque se comprometen más.	1	1.1
Si cambió, votó por el PRD para que los apoye Cárdenas	1	1.1
Si cambió, votó por el PRD porque prometieron ayudarles	1	1.1
Total	91	100.0

a. Fuente: Datos de campo.

El cuadro nos marca que la percepción y preferencia electoral de la gente no gira sobre una propuesta política, sino, sobre la expectativa y conocimiento de que el partido al cual representa FMR les ha ayudado a gestionar las necesidades de su colonia observada en el cuadro anterior mediante las siguientes expresiones: “voto por el PRD porque el líder nos ha ayudado”, “voto

por el PRD porque el líder de la colonia nos apoya y es del PRD”, “vote por el PRD porque prometieron ayudarnos”. Aunque algunas de las respuestas versan sobre la espera de un cambio, después de compararlas con las respuestas obtenidas en torno a la imagen de los candidatos la expectativa, se sitúan además de la expectativa de un cambio en la vida económica, legal y política del país y del Distrito Federal en seguir recibiendo el apoyo de FMR y del PRD.

Para 1997 la colonia es considerada tanto por los partidos políticos como de los mismos colonos como una zona perredista. El 6 de Julio el 85.8%⁴⁴ de los colonos manifestaron haber votado por FMR por dos cuestiones; en primer instancia mostrar su agradecimiento reforzando sus lazos y al mismo tiempo mantener o crear nuevos compromisos como la solución de servicios de regularización e introducción de servicios que aún no se había solucionado como demostraremos mas adelante.

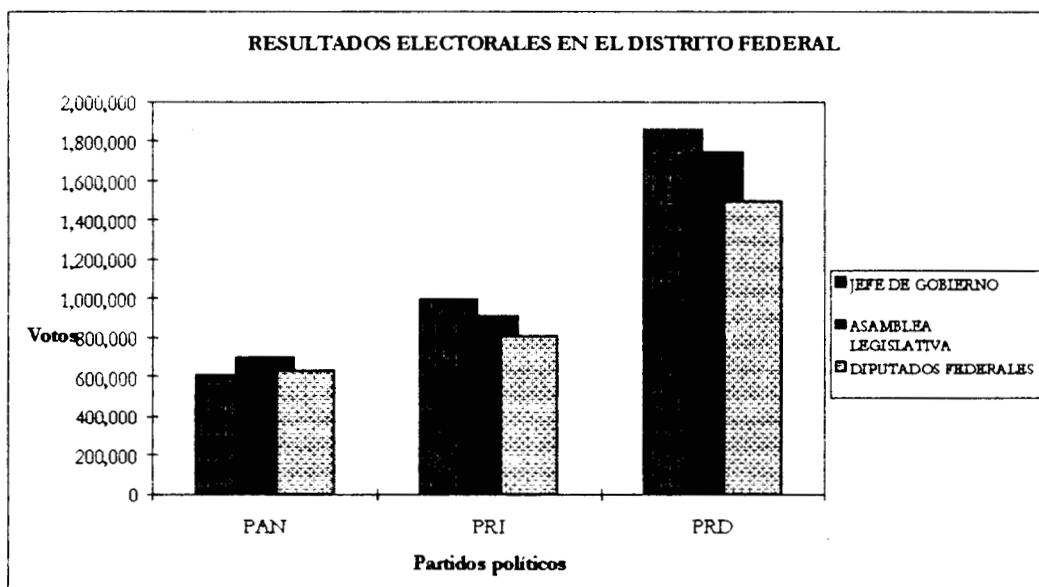
3.8.2 La campaña y resultados del día 6 de julio de 1997

En 1997 Francisco Martínez nuevamente es aspirante para la Asamblea Legislativa postulado nuevamente para contender. En los recorridos realizados en los Barrios del Pueblo de San Pedro Tláhuac participaron miembros de la Colonia en diferentes actividades. Una de ellas fue su participación en las visitas domiciliarias, realizando labor de convencimiento entre sus conocidos, ya que es importante señalar que un considerable porcentaje de la colonia perteneció a dichos barrios y por ende conserva tanto sus lazos familiares como sus relaciones amistosas.

Otros tipos de apoyo comentados por los miembros de la colonia fueron: integrarse a las Brigadas del Sol, asistir al cierre de Campaña en la Delegación, al cierre de campaña en el Zócalo, participar como representantes de casilla y creemos la más importante forma de apoyo que recibió FMR de ellos, fue su voto. En esta ocasión los resultados obtenidos tanto para FMR como para los demás candidatos del PRD son favorables ya que ganaron tanto la Jefatura del Distrito Federal, como diputaciones Federales y Locales, pero a nivel general la presencia del “voto cascada”, cuyo referente principal fueron las campañas realizadas por los candidatos a la jefatura de gobierno, dificultó diferenciar las preferencias, en su caso, hacia los candidatos locales y federales.

⁴⁴ Ver nota a pie de página número 31.

Cuadro 4



Aunque a grandes rasgos podemos decir en una forma general que la campaña de Cuauhtémoc Cárdenas influyó en los resultados obtenidos por los candidatos a diputación en los demás Distritos Electorales observado en el voto cascada,⁴⁵ en esta colonia no fue la figura de Cárdenas o del candidato a Diputado Federal (Delegado Político de Tláhuac en 1993) la que influyó en el comportamiento electoral de los colonos, sino la figura de FMR debido a la legitimidad política. Legitimidad obtenida antes y después del proceso de lucha como refleja los siguientes resultados electorales de 1994 y 1997.

Queremos aclarar que debido a que la colonia es considerada como irregular, sus habitantes tuvieron que votar en el barrio o colonia del pueblo de San Pedro en el cual residían antes de mudarse a la colonia, por lo que los votos que emitieron que consideraremos estadísticamente serán los del pueblo de San Pedro. Para referirnos al caso de Tierra y Libertad retomaremos los resultados obtenidos de las encuestas realizadas en la misma en torno a su preferencia electoral, así como a su cambio de preferencia y relación con el candidato local.

⁴⁵ El voto cascada como señala Héctor Tejera es propiamente, el comportamiento electoral de los ciudadanos, quienes al votar por el candidato de su preferencia hizo lo mismo con los candidatos del mismo partido a otros puestos de elección en forma lineal, sin reflexionar en sus atributos. (Tejera:1997, pp. 36-37)

RESULTADOS ELECTORALES DE 1994

DELEGACIÓN TLÁHUAC	CUAUHTÉMOC CÁRDENAS		FRANCISCO MARTINEZ
Presidente de la Re- pública	27274		
Diputado Local		26778	
Diputado Federal			26855

RESULTADOS EN 1994 EN EL PUEBLO DE SAN PEDRO TLÁHUAC

Sección	Cuauhtémoc Cárdenas		Francisco Martínez
3694	221	210	206
3695	285	289	295
3696	265	243	257
3697	283	270	274
3698	226	225	232
3699	227	236	237
3700	251	338	345
3701	394 ⁴⁶	317	318

⁴⁶ En la sección 3701 en particular se instaló una casilla especial sumada a la básica y contigua, para recibir los votos de personas que por cuestión laboral no pudieron votar en su distrito, hemos omitido estos votos por el hecho de que los electores que sufragaron su voto en dicha casilla no pertenecen al pueblo de San Pedro.

3702	308	318	309
3703	265	275	270
3704	301	286	292
3705	345	341	347
3706	285	289	297
3707	154	162	165
3708	379	371	392
3709	260	259	266
3710	226	225	217
3711	228	233	223
3712	185	163	169
TOTAL	5106	5050	<u>5111</u>

Los resultados de 1994 muestran que aunque Cárdenas a nivel distrital obtuvo 389 votos más que FMR, en el pueblo de San Pedro FMR obtuvo 5 votos más que Cárdenas. Aunque puede decirse que es una cantidad de votos pequeña, esta cantidad muestra que FMR influyó en la percepción y comportamiento electoral de los habitantes de San Pedro Tláhuac y en particular del 29.66% de los colonos de Tierra y Libertad, a partir de las actividades de regularización de predios en las colonias del pueblo mencionadas anteriormente en 1991 (en el caso del pueblo en general), y de asesoría en Tierra y Libertad en 1992.

RESULTADOS ELECTORALES DE 1997

DELEGACIÓN TLÁHUAC	CUAUHTÉMOC CÁRDENAS	ALEJANDRO ORDORÍCA	FRANCISCO MARTÍNEZ
Jefe de Gobierno	56236		
Diputado Local		53262	
Diputado Federal			53710

RESULTADOS EN 1997 EN EL PUEBLO DE SAN PEDRO TLÁHUAC

Sección	Cuauhtémoc Cárdenas	Alejandro Ordorica	Francisco Martínez
3694	411	362	389
3695	471	457	471
3696	494	471	480
3697	432	392	414
3698	357	347	341
3699	414	411	413
3700	591	568	569
3701	801	472	474
3702	499	480	473

3703	472	460	463
3704	461	421	428
3705	492	460	453
3706	480	467	479
3707	327	317	321
3708	568	552	536
3709	431	418	416
3710	409	377	376
3711	498	493	491
3712	374	382	369
TOTAL	8982	8307	8356

De esa misma forma los votos obtenidos en 1994 se duplicaron en 1997, una de las razones que hemos dado en el transcurso del trabajo es la ampliación de la red política de FMR con los miembros de las colonias Santa Cecilia, San José, Tierra y Libertad, así como en las demás colonias y barrios, red caracterizada por las constantes relaciones clientelares y de reciprocidad. Claro ello sin olvidar los acontecimientos económicos, políticos y sociales por los cuales esta atravesando el país.

Aunque los resultados obtenidos para FMR fueron menores que los captados por Cárdenas en el pueblo, es necesario precisar que mientras de los 8982 votos obtenidos por Cárdenas son consecuencia del voto cascada, los 8356 obtenidos por FMR fueron dirigidos, ya que como mostramos en el cuadro de 1994 el voto fue dirigido hacia FMR y en segundo lugar a Cuauhtémoc Cárdenas. Ello debido a la legitimidad política obtenida a través de la relación clientelar y de reciprocidad establecida por FMR en Santa Cecilia, San José, y en particular en Tierra y Libertad de la cual mostraremos los datos obtenidos en los siguientes cuadros:

Percepción en torno a Cuauhtémoc Cárdenas ^a

	Frecuencia	Porcentaje
No respondió	31	34.1
Calificación personal positiva	28	30.8
Expectativa positiva	18	19.8
Calificación personal negativa	9	9.9
Expectativa negativa	3	3.3
Calificación personal neutra	2	2.2
Total	91	100.0

a. Fuente: Datos de campo

Percepción en torno a Alejandro Ordoña

	Frecuencia	Porcentaje
No respondió	44	48.4
Calificación personal positiva	34	37.4
Calificación personal negativa	7	7.7
Expectativa positiva	4	4.4
Calificación personal neutra ^a	1	1.1
Expectativa negativa	1	1.1
Total	91	100.0

a. Fuente: Datos de campo

Percepción en torno a Martínez Rojo

	Frecuencia	Porcentaje
Calificación personal positiva	67	73.6
No respondió	14	15.4
Calificación personal negativa	7	7.7
Calificación personal neutra ^a	1	1.1
Expectativa positiva	1	1.1
Expectativa negativa	1	1.1
Total	91	100.0

a. Fuente: Datos de campo

Cuando nos referimos a una calificación positiva, negativa o neutral, nos enfocamos a conocer si hay una relación entre los valores que le son adscritos a alguno de los candidatos al ser considerados como: honrado, sencillo, trabajador, o en su defecto malo, corrupto, ineficiente, con la expectativa que tienen asimismo de ellos ya sea de igual forma, buena, mala o indiferente.

En este caso la expectativa positiva se centralizó en la figura de FMR, ello es resultado del trabajo de asesoría realizado en la colonia. Como se puede observar en el caso de Cuauhtémoc Cárdenas aunque es una figura conocida, la expectativa y percepción que tienen en torno a él es neutral. Ello debido a que existe una mayor cercanía con FMR, de ahí que la respuesta en torno a la adscripción de calificativos y el voto dirigido resulte más favorable a FMR que a Cárdenas, e incluso al Candidato Federal quién años anteriores fuera Delegado Político de Tláhuac. Es decir, en este caso FMR influyó en los resultados obtenidos tanto por Cárdenas como por el candidato Federal en los colonos de "Tierra y Libertad".

3.8.3 La asesoría no termina

Como mencionamos en el primer capítulo, el establecimiento de lealtades u compromisos no termina con el Proceso Electoral. La reafirmación de los compromisos así como la creación de nuevos en este caso entre FMR y los colonos prosiguió. Como la introducción de servicios aún no se había conseguido, la Asesoría de FMR en torno a ellos continuó.

Para resolver el problema de introducción de servicios, los colonos organizaron las siguientes comisiones dentro de la colonia: drenaje, agua potable, de fiestas, asfaltado, desarrollo social y electricidad. A pesar de que la colonia cuenta con comisiones, FMR es tomado en cuenta e informado de las acciones que realizan para la solución de sus necesidades aún cuando no asista con frecuencia a las asambleas.

El compromiso y apoyo ofrecido por FMR fue de nueva cuenta percibido por las comisiones y colonos (debido a que se realizaban juntas periódicas con el fin de informar sobre el tema), cuando solicitó a la Delegada Político -a petición de los colonos- que ésta realizara un recorrido por la colonia para que observase las necesidades y las incluyera en el programa de obras.

Dicha invitación fue aceptada, la realización del recorrido se hizo el día sábado 21 de febrero de 1998, después del recorrido se le invitó a la Delegada a participar en la comida que se la había preparado y al terminar de ello plantearle las necesidades de la colonia. En la lista de peti-

ciones entre las cuales destacaba como primer necesidad, la introducción del drenaje, en segundo lugar la electrificación, en tercer lugar el agua potable y así sucesivamente.

Para el día 1 de junio con el apoyo de FMR y la presencia de la Delegada Política se inician las obras de drenaje, al mismo tiempo es invitado junto con la Delegada Política a colocar uno de los tubos en señal de inicio de la obra y cumplir con uno de muchos compromisos que estableció con los colonos de “Tierra y Libertad”.











CONCLUSIONES

A través del desarrollo del trabajo, hemos pretendido dar una visión de la forma en que el clientelismo como característica de la cultura política en México influye en el comportamiento electoral de la ciudadanía. Cultura que es constantemente recreada por actores políticos en la búsqueda de legitimidad política así como de nuevos espacios de poder como por ejemplo las organizaciones partidistas y sus dirigentes. Estos actores influyen en el comportamiento electoral de sus miembros, pero para lograrlo, necesitaron establecer relaciones clientelares y de reciprocidad, es decir un constante intercambio de bienes o servicios tanto al interior de su grupo como con las personas pertenecientes a la zona en donde se ubica su comité u organización.

Este intercambio se debe realizar atendiendo en primer instancia a las necesidades mediatas de sus agremiados y de la zona, de forma constante. La reciprocidad que conlleva a la retribución del apoyo otorgado anteriormente puede ser a mediano o largo plazo, ello depende del momento en que sea solicitado por el representante o el partido (en este caso con sus agremiados).

Para desarrollar estas consideraciones, fue necesario observar lo que denominados como una relación clientelar y de reciprocidad en dos espacios diferentes.

El primer espacio enfocado en el proceso de proselitismo, nos permitió conocer la percepción clientelar de personas cercanas a líderes, representantes de comité e incluso a los candidatos, dicha percepción vinculaba las expectativas de las personas que integraron los grupos de apoyo al grado de participación registrado en la campaña. Sin embargo el análisis de espacio solamente nos permite suponer que su comportamiento electoral se dirigió hacia el partido que representa su dirigente.

A partir del trabajo de observar en la campaña la percepción y expectativas de las personas que integraron los grupos de apoyo, consideramos que son dos factores principales que influyen en el establecimiento de la relación clientelar: los débiles lazos entre la administración pública y la ciudadanía, así como un bajo nivel socioeconómico.⁴⁷

⁴⁷ Aunque no negamos que pueden encontrarse otros factores, en nuestra investigación, los dos mencionados fueron los que aparecieron con mayor regularidad.

Al participar en las actividades, ya sea de campaña u otra actividad política dirigida por el representante los miembros pertenecientes a los grupos de apoyo buscaron reafirmar los lazos de reciprocidad y establecer nuevos compromisos con el candidato, o con la persona que representa sus intereses.

En el establecimiento de anteriores o nuevos compromisos con los candidatos o sus representantes (intermediario), los miembros de los grupos de apoyo llevan un determinado número de expectativas relacionadas con la solución de sus problemas que a causa de los dos factores señalados anteriormente limita su capacidad de solución.

La expectativa y su participación llevan como fondo un antecedente, que es el conocimiento previo de que los candidatos son los adecuados, no para representar sus intereses y de la ciudadanía misma ante la Asamblea Legislativa o el Congreso de la Unión sino, para resolver sus problemas mediatos como es la regularización de escrituras, la solución de servicios públicos, pago de predial o de agua, ya sea a través de ellos, de los miembros de su equipo o del partido. En el caso de que el candidato no sea conocido por los miembros del comité, de la colonia o de la Unidad, no importa, ya que los presidentes de colonia, representantes de comités se encargaran de difundir su imagen entre sus representados y conocidos, resaltando los beneficios que pueden obtener a cambio de su apoyo.

De forma particular la campaña realizada por Cárdenas, así como de los demás candidatos se retroalimentaron en el transcurso de la misma, ya que algunos candidatos obtuvieron su triunfo a partir del voto cascada generados por el candidato a jefe de gobierno. Ello lo apoyamos a partir de la campaña realizada por el candidato federal en Iztacalco, el cual a pesar de contar con un reducido equipo y por ende un poco permeación de la zona de un 35-40% obtuvo el triunfo. En el caso de los candidatos que contaban con grupo de apoyo suponemos el triunfo en determinadas secciones se debió al establecimiento de relaciones clientelares y reciprocidad, las cuales influyeron en los resultados obtenidos por Cárdenas, de esa forma ambas campañas y resultados se retroalimentaron.

En el segundo espacio ubicado en la colonia Tierra y Libertad, desarrollamos la forma en que se establece una relación clientelar, así como su incidencia en el proceso electoral. Ello a partir del intercambio de bienes y servicios entre colonos y el asesor quien fue candidato del PRD a la Asamblea de Legislativa.

En el primer momento el antes asesor de la Asociación intercambió su conocimiento en torno a la asesoría jurídica y de gestión, adquiriendo en el transcurso del proceso de lucha prestigio y legitimidad política ante los miembros de la Asociación. La reciprocidad hacia el asesor por el apoyo y asesoría recibida, se manifestó a través de su participación en las actividades de proselitismo en 1994 y en 1997.

Las campañas para los colonos fueron espacios para recordar compromisos anteriores con sus representantes, como para establecer nuevos. El clientelismo es dinámico, ello hace que las relaciones se mantengan firmes aún con el paso del tiempo. Una de las formas de retribución obtenida por el asesor en el transcurso del tiempo fue el apoyo de los de los colonos de “Tierra y Libertad” en sus actividades de campaña en 1994 y 1997, mediante la asistencia a mítines, pinta de bardas, recorridos domiciliarios, como encuestadores, representantes generales y de casilla, así como la demarcación de una zona con simpatía hacia el partido al cual pertenece. De esa misma forma la obtención del voto de los colonos, el voto mas que ser el conocimiento de un programa de trabajo, es el reflejo de la preferencia partidista tanto de militantes como simpatizantes resultado del trabajo clientelar.

Sin embargo no todo termina con la obtención del cargo, retomando a Silvia Gómez Tagle

hay que tener presente que los períodos electorales, tanto federales como locales, abren espacios para la negociación interna en el Partido de Estado (o en uno distinto) entre los aspirantes a las candidaturas, y entre los grupos de intereses o corrientes ideológicas que los apoyan; así como fuerzas sociales ajenas al PRI, ya sea que estén representadas por un partido de oposición o que actúen en forma autónoma. (1998: 31)

Es por ello que el interés de participar en las elecciones fue observar, la forma en que las personas pertenecientes a organizaciones partidistas crean y reproducen una cultura política clientelar en el momento de reafirmar su lealtad, al mismo tiempo que crean nuevos compromisos con el partido representante de sus intereses a través de su participación en las actividades realizadas por los candidatos. En este caso el establecimiento de la relación en Tierra y Libertad, necesita el mantenimiento constante de los deberes adquiridos en campaña, en este caso la solución de los servicios públicos (drenaje, agua potable, electrificación y regularización), o de los surgidos espontáneamente como la petición de apoyo económico o material para la realización de festivales del día de la madre, del niño y de la fiesta de la colonia.

Podemos predecir que en caso de que los compromisos se dejen de cumplir o desatiendan las obligaciones y deberes establecidos, habrá una fractura entre grupos de apoyo y partido como sucedió en el periodo presidencial de Miguel de la Madrid. Esta fractura será visible sólo hasta el momento en que llegue el día de elecciones, en ese momento los partidos notaran espacios en los cuales esa desatención le ocasionara la pérdida de sectores simpatizantes y puestos de representación ciudadana.

ANEXOS

ANEXO 1 TRAYECTORIA Y PROPUESTAS

ALEJANDRO ORDORÍCA SAAVEDRA: DISTRITO VEINTISIETE FEDERAL

1980 Responsable del programa “Censos Nacionales de Población de 1980”.

1981 Responsable del programa “Censos Nacionales, Económicos, Industriales y Agropecuarios de 1981”.

Procurador Social del Distrito Federal.

Director General del Programa Cultural de las Fronteras.

Director General de la Secretaría de Educación Pública.

Profesor en el Colegio de Bachilleres.

Profesor en la Escuela de Periodismo Septién García.

Profesor en la escuela Iberoamericana.

1995 Delegado Político de Tláhuac.

FRANCISCO MARTÍNEZ ROJO: DISTRITO TREINTA Y SEISAVO LOCAL

Fundador del Comité Delegacional del Partido Mexicano de los Trabajadores en Tláhuac (PMT).

Secretario de Asuntos Campesinos del PMT en el Distrito Federal.

Dirigente Nacional de la Unión Nacional de Trabajadores Agrícolas (UNTA).

Dirigente Nacional de CODUC (Coalición de Organizaciones Democráticas, Urbanas y Campesinas).

Secretario de Asuntos Agrarios del Comité Ejecutivo del PRD en el Distrito Federal

Dirigente del Frente Democrático Ciudadano de Tláhuac

Dirigente del Comité Ejecutivo del Congreso Agrario Permanente

Asesor de las siguientes asociaciones civiles: Ejidatarios de San Francisco Culhuacán, , Comuneros de San Andrés Totoltepec, Frente Unitario en Defensa del ejido de Tláhuac, Fausto Mosco y Vivienda un Derecho a los Hijos de Tláhuac.

*** PROPUESTAS DE AMBOS.**

- ◆ Desarrollar Programas de Seguridad Pública con la participación vecinal.
- ◆ Realizar las gestiones ante las instancias correspondientes para que se de marcha atrás al decreto Expropiatorio de la Sierra de Santa Catarina.
- ◆ Solicitar ante el Congreso del Estado de México y del Distrito Federal, que se anule el Convenio de Límites de 1993 y que se devuelvan a Tláhuac las miles de hectareás expropiadas para construir el Municipio de Chalco Solidaridad que fue una iniciativa de Carlos Salinas de Gortari.
- ◆ Consultar previamente a la comunidad para que se pueda autorizar la construcción de Unidades Habitacionales.
- ◆ Condicionar la extracción de agua para el D.F., a fin de dotar a Tláhuac de los volúmenes suficientes para consumo interno, así como agua tratada para las tierras de cultivo en la zona chinampera.
- ◆ Que se construya un Centro Educativo de Nivel Medio Superior e incluso una Universidad con carreras que respondan a las necesidades del desarrollo cultural y productivo de la Delegación y de la Región.
- ◆ Regularización de la tenencia de la tierra y seguridad jurídica, tanto en áreas urbanas como rurales.
- ◆ Respeto al uso de suelo y freno a la mancha urbana en ejidos, pequeña propiedad y reservas ecológicas de la delegación.
- ◆ Garantizar los servicios urbanos básicos a toda la comunidad de Tláhuac.
- ◆ Creación de un Programa Integral para el desarrollo de Rural de Tláhuac.
- ◆ Generar empleos e impulsar a la pequeña y mediana empresa.

GILBERTO LOPEZ Y RIVAS: DISTRITO CATORCE FEDERAL

Miembro fundador del PRD

Diputado por la LIV legislatura

Profesor de la Universidad Autónoma Metropolitana

Director de la escuela Nacional de Antropología e Historia

Investigador del Instituto Nacional de Antropología e Historia

Miembro del Sistema Nacional de Investigadores

*** PROPUESTAS DEL CANDIDATO FEDERAL**

- ◆ Instalar una casa de atención al ciudadano en caso de ganar, la cual será de atención gratuita ofreciendo asesoría jurídica y de gestoría para la solución de los problemas de la comunidad.
- ◆ Presentar una iniciativa de ley para reformar la Constitución con objeto de introducir la revocación popular del mandato a los legisladores que no cumplan debidamente con su representación.
- ◆ Presentar una iniciativa de ley para reformar el artículo 41 de la Constitución que establezca las candidaturas a puestos de elección popular independientes de los partidos políticos.
- ◆ Impulsar el acceso de las mayorías a la cultura en todos los niveles a través de la instalación de Casas de Cultura en nuestro Distrito, que funcionen con autonomía de los partidos y delegaciones políticas, en las cuales la principal tarea sea fomentar la creación artística, principalmente en la población joven.
- ◆ Promover reformas constitucionales dirigidas a la reconstrucción de la seguridad social de los mexicanos en el terreno del empleo, la vivienda, la salud, la educación y la alimentación.

E. MARTHA GARCIA ROCHA: DECIMO OCTAVO DISTRITO LOCAL

Miembro fundador del PRD

Asambleísta suplente

Consejera Nacional del PRD

Consejera Estatal del PRD

Presidenta del Comité Ejecutivo del PRD en Iztacalco

*** PROPUESTAS DE LA CANDIDATA LOCAL**

- ◆ Instalación de una oficina en caso de ser electa, que ofrecerá a los ciudadanos atención gratuita en torno a problemas de gestión o asesoría jurídica.

“Anteponer en la Asamblea, la opinión de los vecinos de la Delegación Iztacalco, a las diversas iniciativas de ley (IMPUESTOS), que perjudiquen el nivel de vida de la población en general.

* Tanto las propuestas como la trayectoria política de los candidatos hacia la ciudadanía, se dio por medio del reparto de trípticos que contenía la información aquí enunciada.

ANEXO 2 CUESTIONARIO DISTRITO 27

NUMERO DE CUESTIONARIO (PONER NUMERO)

CALLES

MANZANAS (PONER NÚMERO DE MANZANA)

LOTE (PONER NUMERO)

COLONIA

1. ¿CUANTAS PERSONAS VIVEN EN ESTE DOMICILIO? (marcar con asterisco las características del encuestado)

Edad	Sexo	Escolaridad ¹	Ocupación ²	Credencial de Elector

1 * Escolaridad

Ultimo grado que estudio. 1- Ninguno, 2- Primaria, 3- Secundaria, 4- Preparatoria o bachillerato, 5- Normal 6- Básica Profesional, 7- Posgrado

2 Su trabajo fue como

1-Empleado o empleada (obrero u obrera), 2- Jornalero o peón, 3- Patrón o patrona empresario o empresaria (contrata trabajadores), 4-Trabajador o trabajadora por su cuenta (no contrata trabajadores), 5- Trabajador o trabajadora sin pago en el predio o negocio, 6- Labores del hogar, 7- No trabaja, pero la semana pasada si tenía trabajo, 8- Estudiante, 9- Es jubilado, jubilada, pensionado o pensionada, 10 No trabaja, 11 Servicios públicos, 12- Servicios administrativos, 20- No sabe, 21- No contesto.

2 ESTADO CIVIL

3 LUGAR DE NACIMIENTO

AÑOS DE RESIDIR EN EL DISTRITO FEDERAL (PONER NUMERO DE AÑOS)

¿EN QUE COLONIA, BARRIO O DELEGACIÓN VIVIA ANTES DE RESIDIR AQUÍ?

RELACIÓN CON LA COMUNIDAD

AÑOS DE RESIDIR EN LA COLONIA

¿CUAL ES EL INGRESO FAMILIAR MENSUAL? (PONER CANTIDAD)

Ingreso en salarios mínimos

- 1.- De 0 a 1 salario mínimos
- 2.- Más de 1 y hasta 3 salarios mínimos
- 3.- Más de 3 y hasta 5 salarios mínimos
4. Más de cinco y hasta 7 salarios mínimos
5. Más de siete y hasta 10 salarios mínimos
6. Más de diez 10 salarios mínimos
- 20.- NS/NR

¿CUENTA CON TODOS LOS SERVICIOS EN SU HOGAR?

¿CON CUALES NO CUENTA?

¿COMO SE ENTERA DE LAS NOTICIAS?

Especificar

¿LEE USTED EL PERIODICO ?

1 Sí

2 Frecuencia

3 Periódico

¿CONSIDERA QUE LOS NOTICIEROS DICEN LA VERDAD?

1 Sí

2 Relativamente

3 No

4 Porque

¿HA PRESENTADO ALGUNA QUEJA O PETICION A LA DELEGACION?

¿QUE TIPO DE QUEJA O PETICION?

¿CUAL HA SIDO EL RESULTADO DE SU QUEJA O PETICION?

¿PORQUE NO HA PRESENTADO UNA QUEJA O PETICIÓN EN LA DELEGACION?

PODRIA DECIRME CUALES SON LOS PROBLEMAS MAS IMPORTANTES DE SU COLONIA?

Primer lugar

Segundo lugar

Tercer lugar

¿COMO CREE QUE DEBEN RESOLVERSE CADA UNO DE ESTOS PROBLEMAS?

¿PARTICIPA EN REUNIONES, EN LAS QUE ASISTEN TODOS LOS VECINOS DE LA COLONIA, Y EN QUÉ FORMA? (Codificar, poner N.C. en codificación a preguntas 43 y 44 , y pasar a 45)

¿USTED PERTENECE A ALGUNA ORGANIZACIÓN O COMISIÓN DE LA COLONIA PARA RESOLVER LOS PROBLEMAS QUE LE AFECTAN (SEÑALAR EN CUAL)?

¿ME PODRÍA DECIR CUANTOS AÑOS LLEVA PARTICIPANDO EN DICHA ORGANIZACIÓN? (PONER NÚMERO DE AÑOS)

¿CONSIDERA USTED QUE PUEDE BENEFICIARLE PARTICIPAR EN ALGUNA?

¿CONSIDERA QUE LAS ORGANIZACIONES ANTERIORES Y ACTUALES DE LA COLONIA HAN HECHO ALGO PARA BENEFICIO DE USTED O LA COLONIA?

¿ALGUNO DE LOS PARTIDOS HA APOYADO DE ALGUNA FORMA A LA COLONIA O USTED?

¿ME PODRÍA DECIR EN QUÉ HAN APOYADO?

¿CONSIDERA LA RELACIÓN CON SUS VECINOS DE LA COLONIA BUENA, REGULAR O MALA?

¿SABE CUÁL ES LA FUNCIÓN U OBLIGACIÓN DE LOS DIPUTADOS LOCALES (LOS QUE ESTÁN EN LA ASAMBLEA LEGISLATIVA)?

¿ME PUEDE DECIR CUÁL ES LA FUNCIÓN U OBLIGACIÓN DE LOS DIPUTADOS FEDERALES (LOS QUE SE ENCUENTRA EN LA CÁMARA DE DIPUTADOS)?

SI SE ENCONTRARA AL DIPUTADO LOCAL O FEDERAL REPRESENTANTE DE ESTA ZONA ¿LE PEDIRÍA USTED QUE RESOLVIERA ALGÚN PROBLEMA?

¿CREE USTED QUE LOS DIPUTADOS Y JEFE DE GOBIERNO ELECTO SON LOS MÁS PREPARADOS PARA DESEMPEÑAR LAS OBLIGACIONES QUE TIENEN?

¿QUE ES LO QUE USTED ESPERA QUE HAGA EL GOBIERNO DE CUAUHTÉMOC CÁRDENAS?

¿CREE QUE CUAUHTÉMOC CÁRDENAS PODRÁ CUMPLIR CON SUS COMPROMISOS DE CAMPAÑA EN SU GESTIÓN COMO JEFE DE GOBIERNO? (en los primeros cuestionarios buscar pregunta 48)

¿LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DEL AÑO PASADO LE AYUDARON A DECIDIR POR QUIEN VOTÓ?

A SU PARECER CUALES SON LOS PROBLEMAS PRINCIPALES DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Primer lugar

Segundo lugar

Tercer lugar

60.- ¿VOTÓ POR UN PARTIDO DISTINTO EN LAS ELECCIONES DE 1997 QUE EN LAS DE 1994?

Si

No

Porque

¿ME PODRÍA USTED DECIR QUE PIENSA DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES?

¿ASISTIÓ O PRESENCIÓ ALGÚN ACTO DE CAMPAÑA (REUNIÓN, MITIN O FESTIVAL, ETC.) DE ALGUNO DE LOS CANDIDATOS EN LAS ELECCIONES PASADAS?

¿RECUERDA QUE DECÍA ALGUNA PROPAGANDA DE LOS PARTIDOS QUE HAYA ESCUCHADO EN RADIO O VISTO EN TELEVISIÓN?

¿RECIBIÓ LA VISITA EN SU COLONIA DE ALGUNO DE LOS CANDIDATOS EN LAS CAMPAÑAS DEL AÑO PASADO?

¿EL CANDIDATO SE COMPROMETIÓ CON USTED EN LA SOLUCIÓN DE ALGÚN PROBLEMA O ATENDER ALGUNA PETICIÓN?

¿HA CUMPLIDO HASTA EL MOMENTO CON DICHO COMPROMISO?

¿QUE PIENSA DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA DE MÉXICO EN ESTE MOMENTO?

¿QUE PIENSA USTED DEL GOBIERNO DEL PRESIDENTE ZEDILLO?

PARA USTED ¿QUE ES LA DEMOCRACIA?

CREE USTED QUE EN LAS ELECCIONES DEL 6 DE JULIO PASADO HUBO FRAUDE

¿CREE QUE SU VOTO SE TOMA EN CUENTA CUANDO EL GOBIERNO TOMA DECISIONES SOBRE LOS PROBLEMAS ECONÓMICOS Y SOCIALES DE LA CIUDAD?

¿CONOCÍA LAS PROPUESTAS DEL PARTIDO POLÍTICO POR EL QUE VOTÓ?

EN LAS ELECCIONES DEL AÑO PASADO PARA JEFE DE GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL: ¿VOTÓ USTED POR EL PARTIDO, POR EL CANDIDATO O POR AMBOS?

¿RECUERDA USTED ALGUNO DE LOS NOMBRES DE LOS CANDIDATOS A DIPUTADOS LOCALES Y FEDERALES DE SU DISTRITO DE ALGUNO DE LOS PARTIDOS QUE CONTENDIERON EN LAS ELECCIONES PASADAS?

PAN

PRI

PRD

OTRO

¿RECIBIÓ PROPAGANDA O REGALOS DE ALGUNO DE LOS PARTIDOS DURANTE LAS CAMPAÑAS POLÍTICAS DEL AÑO PASADO? (ESPECIFI-

CAR TIPO DE PROPAGANDA Y CODIFICAR LAS TRES PRIMEROS MENCIONADOS POR EL ENTREVISTADO)

PAN

Primera mención

Segunda mención

Tercera mención

PRI

Primera mención

Segunda mención

Tercera mención

PRD

Primera mención

Segunda mención

Tercera mención

¿PODRÍA DECIRME CINCO PALABRAS QUE A SU PARECER DEFINAN A LOS QUE FUERON CANDIDATOS PARA JEFES E GOBIERNO EN EL DF.?

PAN Castillo Peraza, PRI Alfredo del Mazo, PRD Cuauhtémoc Cárdenas

¿PODRÍA DECIRME CINCO PALABRAS QUE A SU PARECER DEFINAN A LOS QUE FUERON CANDIDATOS A DIPUTADOS LOCALES.?

PAN.- Anselmo Mancilla, PRI Enrique Larios, PRD.- Francisco Martínez Rojo

¿PODRÍA DECIRME CINCO PALABRAS QUE A SU PARECER DEFINAN A LOS QUE FUERON CANDIDATOS A DIPUTADOS FEDERALES.?

PAN Antonio Ponce, PRI Alfredo De la Rosa, PRD Alejandro Ordorica

¿PODRÍA DECIRME CINCO PALABRAS QUE USTED ASOCIE CON CADA UNO DE LOS SIGUIENTES PARTIDOS:

PAN, PRI, PRD

PODRÍA DECIRME SI VOTÓ POR LOS CANDIDATOS DE UN SOLO PARTIDO, O SI VOTÓ POR VARIOS DEPENDIENDO DEL CANDIDATO A JEFE DE GOBIERNO, DIPUTADOS FEDERALES Y DIPUTADOS LOCALES

QUE OPINA DE QUE AHORA SE ELIJA EL JEFE DE GOBIERNO

CREE QUE LE BENEFICIARÁ AL DF ESTE CAMBIO DE GOBIERNO

FECHA DE LA ENTREVISTA

TIEMPO DE LA ENTREVISTA

ANEXO 3 CALLES Y CERRADAS

CALLES

1. 7 de abril
2. 8 de Agosto
3. 10 de Abril
4. 28 de Noviembre

5. Asencio Galicia
6. Clavel
7. División del Norte
8. Dorados de Villa
9. Eufemio Zapata
10. Eufemio Zapata
11. Felipe Angeles
12. Florencio Mendoza
13. Prol. Bugambilia
14. Prol. Clavel
15. Prol. Ejido
16. Prol. Emiliano Zapata Norte
17. Prol. Emiliano Zapata Sur
18. Prol. Hortencia
19. Prol. Jacarandas
20. Prol. Plan de Ayala
21. Prol. Francisco Villa
22. Prolongación Orquídea

CERRADAS

1. Primer cerrada de Emiliano Zapata Norte
2. Segunda cerrada de Emiliano Zapata
3. Primer cerrada de Eufemio Zapata
4. Segunda cerrada de Eufemio Zapata
5. Cuarta cerrada de Francisco Villa

QUINTA

18 metrópoli viernes 4 de febrero de 1994

Piden agrícolos respeto a las leyes agrarias y servicios públicos

Catalina PAIZALINI

En demanda de respeto a las leyes agrarias, regularización de ejidos en Tiáhuac y dotación de servicios públicos a la colonia Tisra y Libertad, de la misma demarcación, así como a San Pedro Zacatenco, en Gustavo A. Madero, y al predio El Membrillo, en Tlalpan, diversas organizaciones se manifestaron ayer frente al Departamento del Distrito Federal (DDF).

Integrantes de la Unión Nacional de Trabajadores Agrícolas (UNTA) en el DF, del Frente de Unidad Campesina

Estudiantil Popular (FUCEP), del Frente de Organizaciones Sociales (FOS) y de las asociaciones civiles Fausto Mosco de los Reyes, Culhuacán, Movimiento Plan de Iguala, El Membrillo, San Pedro Zacatenco y Vivienda, un Derecho de los Hijos de Tiáhuac se dieron cita ayer en la Plaza de la Constitución para reclamar atención por parte del gobierno capitalino.

Luis Juárez Carlos y Alfonso Ramos, de la UNTA, informaron que reclaman la intervención de las autoridades del DDF para que frene el desorden que priva en

Tiáhuac, en virtud de que la reciente asamblea de ejidatarios para renovar autoridades fue suspendida, imponiéndose el criterio, sin justificación, del coordinador Agrario, Alfonso Quintero Larios.

Denunciaron que la delegación Tiáhuac se ha negado a brindar atención a la colonia Tierra y Libertad, la cual requiere regularizarse para acceder a todos los servicios que reclaman 500 familias, a quienes se cedió ese terreno ejidal que se encontraba en manos de "supuestos propietarios".



Distrito Federal

Denuncian despojo de tierras en el ejido de San Pedro Tláhuac ★ Medidas de seguridad en el "Día de Muertos" en Gustavo A. Madero ★ Más quejas a Telmex ★ Demandas ante conciliación y arbitraje de trabajadores de la DGCOH ★ Programa de Erradicación de Fauna Nociva en la delegación Venustiano Carranza.

NIDIA MARIN

DESPOJO DE TIERRAS.— La Unión Nacional de Trabajadores Agrícolas (UNTA) denuncia el despojo de tierras ejidales en el poblado de San Pedro Tláhuac —delegación Tláhuac. Afirman que supuestos propietarios en contubernio con autoridades del DDF continúan especulando con terrenos del ejido de ese poblado.

Los supuestos propietarios, amparados con documentos que no cumplen los requisitos de escrituras públicas, han vendido terrenos correspondientes al ejido, una superficie de 50 hectáreas, y desde luego sin que el núcleo agrario haya recibido beneficio alguno.

El representante de la UNTA en el DF, Luis Juárez, señaló a este espacio que es indignante que

Sigue de la primera plana

cho de que ahora que los ejidatarios y sus familias han recuperado una superficie de cinco hectáreas aproximadamente, se enfrentan a la burocracia y negligencia de funcionarios de la Secretaría de Reforma Agraria en el Distrito Federal, como es el caso de la delegada Sara Esther Musa Marrufo quien se niega a extenderles constancia de régimen de propiedad, sobre todo a los poseedores de los predios que circundan la superficie recuperada porque son justamente los predios vendidos por particulares. Las constancias aludidas fueron entregadas públicamente por la delegada agraria.

Asimismo, dijo, resulta incongruente que la juez tercero de distrito en materia administrativa en el DF, Lic. Diana Rosalía Bernal Ladrón de Guevara, les haya admitido la demanda de amparo y que desde el 22 de abril del presente año hasta la fecha, no haya podido celebrar la audiencia constitucional, no obstante que existen todos los elementos que demuestran que el mencionado predio pertenece al núcleo ejidal.

La señora ejidataria Benita Martínez, señaló: "Zapata vino a darnos tierras a los pobres, no a los ricos. No vamos a permitir que nos quiten nuestras tierras, porque son el patrimonio de muchas generaciones. Estamos dispuestos a luchar, si es necesario, y hasta las últimas consecuencias".

Solicitan a las autoridades del Departamento del Distrito Federal y de la Secretaría de la Reforma Agraria, una investigación en el caso y el respeto a las garantías individuales. Asimismo piden la intervención directa del regente Manuel Camacho Solís, como al titular de la Reforma Agraria, Víctor Cervera Pacheco, para que se haga justicia y evitar un

posible enfrentamiento con los supuestos propietarios.

"DIA DE MUERTOS".— Con motivo de los festejos de esas fechas, la delegación Gustavo A. Madero reforzará las medidas de seguridad, comercio ambulante y atención médica, alrededor de los 11 panteones ubicados dentro del perímetro delegacional.

Dentro del operativo instaurado por autoridades de la demarcación dentro y en las inmediaciones de los cementerios, se pretende, principalmente, brindar protección a visitantes y un adecuado servicio evitando con ello aglomeraciones de cualquier índole.

En el aspecto de seguridad pública, se ubicarán patrullas de la SGPyV en los accesos para impedir la entrada con bebidas embriagantes o personas en estado inconveniente. Asimismo los panteones contarán con grúas y personal de tránsito para facilitar el tráfico vehicular.

En cuanto al comercio ambulante, el área jurídica de la delegación, mediante inspectores debidamente acreditados con gafetes, verificará el orden en comercio de vía pública; que no se expendan alcohol fuera y dentro de las instalaciones; además de verificar el costo moderado de las flores.

Por otra parte, la delegación Tláhuac informó sobre las actividades que se llevarán a cabo en el poblado de San Andrés Mixquic con el "Culto a los Difuntos".

NOUEVAMENTE.— La empresa Maquilas Industriales de México, S.A., suplica a los técnicos de Telmex la reparación de su línea 5-76-70-74, la cual está fuera de servicio desde hace más de cuatro meses. Dicha empresa depende en 60 por ciento del servicio telefónico.

Asimismo, las líneas 5-48-85-86 y 5-48-89-65 del "Bufete Ruiz Villalpando" también vuelven a fallar en el servicio. A pesar de que hace dos meses se reportaron a la Procuraduría Federal del Consumidor. Los empresarios piden la reparación de las líneas.

CONFLICTO LABORAL.— Los trabajadores que laboran para la Dirección General de Construcción y Operación Hidráulica (DGCOH), responsable del Programa Uso Eficiente del Agua, han interpuesto demandas ante el Tribunal Federal de Conciliación y Arbitraje y el Tribunal Superior de Justicia del DF, así como haber girado oficios al regente Manuel Camacho Solís, sin tener una solución para resolver el conflicto "trabado" entre el grupo de despedidos y la misma dirección.

La demanda: Cumplimiento al Contrato de Servicios Profesionales, por laborar en la promoción y contratación con la comunidad, el cambio de muebles de baño.

En este sentido las autoridades del DDF están por dar a conocer la respuesta a sus peticiones.

La propiedad social de la tierra

está en peligro de extinción: UNTA

La propiedad social de la tierra capitalina está en peligro de extinción debido al aceleramiento del crecimiento urbano, aseguraron los dirigentes de la Unión Nacional de Trabajadores Agrícolas (UNTA) que organizaron ayer su Primer Congreso en el Distrito Federal en Zapotitlán, Tlhuac.

En la reunión se destacó que con las modificaciones al artículo 27 constitucional y su ley reglamentaria se ha llegado a la cancelación del reparto agrario, a la privatización de la economía.

El desarrollo de los asentamientos urbanos y su mala planificación ha provocado mayor adversidad para el desarrollo del movimiento social en el campo, debido a que en ningún momento se respetan los derechos sobre las propiedades ejidales y comunales.

Al rendir su informe el secretario de la Unión Nacional de Trabajadores Agrícolas, Luis Juárez, expuso que el crecimiento urbano e industrial ha provocado la apropiación de la tierra y su consecuente rezago y estancamiento.

En este sentido los representantes de los mil 250 chinampescos solicitaron las extensiones de tierra que les fueron expropiadas debido a la construcción de la Central de Abasto de Iztapalapa.

La principal denuncia es en relación a la recuperación de 400 hectáreas en el Distrito Federal en zonas como San Francisco Tlaltenco, Cerro de la Estrella y San Pedro Tlhuac.

La Unión Nacional de Trabajadores Agrícolas se reunió también para la aprobación del plan de trabajo que impulse la unidad entre los pueblos y colonias del medio rural.

Para el 23 del actual anunciaron que realizarán una movilización al edificio de la Reforma Agraria y para el 24 a la sede de la Comisión Nacional de Aguas con la finalidad de buscar solución a las inundaciones de aguas negras que hay en 400 hectáreas en Tlhuac y San Gregorio.

Junes 16 de noviembre de 1992

edición cotidiana de El Día

MOVILIZACIÓN



DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION

ORGANO DEL GOBIERNO CONSTITUCIONAL DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

Tomo CDLXXXVIII No. 11 México, D.F., martes 17 de mayo de 1994

CONTENIDO

Secretaría de Relaciones Exteriores
Secretaría de Desarrollo Social
Secretaría de Energía, Minas e Industria Paraestatal
Secretaría de Comercio y Fomento Industrial
Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos
Secretaría de Comunicaciones y Transportes
Secretaría de la Reforma Agraria
Banco de México
Convocatorias para Concursos de Adquisiciones y Obras Públicas
Avisos
Indice en página 126

Director: Lic. Carlos Justo Sierra

NS 2.10 EJEMPLAR

Aclaración a la primera notificación de la solicitud de concesión para operar comercialmente la frecuencia de 107.1 MHz., de radiodifusión sonora en Piedras Negras, Coah., publicada el 19 de abril de 1994 29

Aclaración a la segunda notificación de la solicitud de concesión para operar comercialmente la frecuencia de 92.9 MHz., de radiodifusión sonora en Ciudad Acuña, Coah., publicada el 19 de abril de 1994 29

SECRETARIA DE LA REFORMA AGRARIA ✓

Decreto por el que se expropia por causa de utilidad pública una superficie de 11-03-96.09 hectáreas de agostadero de uso común, de terrenos ejidales del poblado Culhuacán, Delegación Iztapalapa, D.F. (Reg.- 3385) 30

Decreto por el que se expropia por causa de utilidad pública una superficie de 53-87-98 hectáreas de agostadero de uso común, de terrenos ejidales del poblado Tláhuac, delegación del mismo nombre, D.F. (Reg.- 3386) 32

Decreto por el que se expropia por causa de utilidad pública una superficie de 0-40-00 hectárea de temporal de uso común, de terrenos ejidales del poblado La Yerbabuena, Municipio de Guanajuato, Gto. (Reg.-3387) 35

Decreto por el que se expropia por causa de utilidad pública una superficie de 5-43-67 hectáreas de riego de uso común, de terrenos ejidales del poblado El Salitre, Municipio de Zapotlanejo, Jal. (Reg.-3388) 37

Decreto por el que se expropia por causa de utilidad pública una superficie de 1-19-07 hectárea de agostadero de uso común, de terrenos ejidales del poblado Huapamacato, Municipio de Churintzio, Mich. (Reg.- 3389) 38

Decreto por el que se expropia por causa de utilidad pública una superficie de 16-13-54 hectáreas de riego y temporal de uso común, de terrenos ejidales del poblado Araro, Municipio de Zinapécuaro, Mich. (Reg.- 3390) 39

Decreto por el que se expropia por causa de utilidad pública una superficie de 42-39-24 hectáreas de temporal y agostadero de uso común, de terrenos ejidales del poblado San Joaquín Jaripeo, Municipio de Zinapécuaro, Mich. (Reg.- 3391) 41

Decreto por el que se expropia por causa de utilidad pública una superficie de 8-06-54 hectáreas de temporal de uso común, de terrenos ejidales del poblado Atlatlahucán, municipio del mismo nombre, Mor. (Reg.- 3392) 43

Decreto por el que se expropia por causa de utilidad pública una superficie de 140-05-86 hectáreas de agostadero de uso común, de terrenos ejidales del poblado Yecapixtla, municipio del mismo nombre, Mor. (Reg.- 3393) 44

Decreto por el que se expropia por causa de utilidad pública una superficie de 4-57-44 hectáreas de agostadero de uso común, de terrenos ejidales del Poblado El Aguacate, Municipio de Tepic, Nay. (Reg.- 3394) 46

ANEXO 5 DEMANDANTES

Durante el transcurso de la lucha fueron giradas un sin número de citatorios para comparecer ante el poder judicial como por ejemplo:

21 de enero de 1993 la Asociación Civil recibe citatorio para el mismo día a las 16:30 hrs. Su demandante es un particular.

11 de octubre de 1992 un miembro de la mesa directiva recibe citatorio. Su demandante procede del Departamento de Obras.

26 del mes en curso (no da mas datos el citatorio) la Asociación recibe citatorio. Su demandante es un particular.

10 de diciembre de 1992 Florencio Mendoza recibe citatorio. Su demandante procede del Departamento de Obras.

Debido a que el tema manejado en el trabajo se encuentra en un contexto político, nos reservamos los nombres de las personas que comparecieron ante el poder judicial.

ANEXO 6 MINUTA DE ACUERDO

Minuta de acuerdo celebrada el día 9 de abril de 1992 a las 21:00hrs.

Comisariado

Mesa Directiva

Antecedentes

- 1°. Los representantes de la Asociación Civil mencionada ocuparon un predio
- 2°. Miembros del comisariado manifiestan que el predio es propiedad del ejido de Tláhuac
- 3°. Planteamiento de la necesidad de viviendas para los hijos de San Pedro.

Acuerdos

- 1°. CORRET el predio será destinado para equipamiento urbano y vivienda, previa convalidación
- 2°. La delegación reconoce la justa aspiración de los ejidatarios con necesidades reales de vivienda

- ejidatarios que no han sido dotados de solares en otra colonia
hijos de ejidatarios que acrediten necesidades reales de vivienda
- 3°. Se formara una comisión y se elaborará un censo socioeconómico
 - 4°. Las autoridades ejidales apoyaran en la elaboración del censo
 - 5°. Los ejidatarios apoyaran en las acciones jurídicas
 - 6°. El terreno circulara
 - 7°. Desocuparlo de acuerdo a la fracción 5ª.
 - 8°. La coordinación agraria revisara las 71 has. Correspondientes a la Cienega.

Firma el secretario de gobierno del Departamento del Distrito Federal

ANEXO 7 CIRCULAR PARA LA ELABORACIÓN DEL ESTUDIO SOCIOECONÓMICO

2ª. Minuta 23:00 hrs.

1. Las comisiones se integraran el día 22 de abril, en una reunión celebrada el 22 de abril del año en curso a las 18:30 hrs. En el salón de Tláhuac
2. Día de fijación del informe de vivienda el 22 de junio
3. Se acuerda instalar cinco módulos en lugar de dos
4. Estudio socioeconómico, plazo de 45 días, 5 de junio fecha del informe.

22 de abril de 1992 a las 20:00 hrs.

Antecedentes

- 1°. Partes que en fecha de 9 de abril, minuta, problemática con terreno de 40,000 m² ubicado
- 2°. Para acuerdos de dotación y formación de la colonia
- 3°. A fin de dar cumplimiento al compromiso se acuerda

Acuerdo

1. Comisión de 7 personas de cada parte

Ejido
Asociación
Delegación

La comisión se reunirá en fechas que señale la propia comisión desde ahora se fija la primera el 6 de mayo de 1992 a las 17:00 hrs. como instancia superior será el C. Delegado

ANEXO 8 INFORMANTES

Cabello Martínez Juan
Escalante Eloy
Fuenleal Cabello Graciela
Fuenleal Guillermo
Gaspar Jose
Martínez Estanislao
Martínez Rojo Francisco
Mendoza Florencio
Mendoza Patricia
Osomo Sabino
Palacios Lorenzo
Patricio
Pérez Galicia Héctor
Rosalío

BIBLIOGRAFÍA

AGUADO, José Carlos; PORTAL, María Ana. Tiempo, espacio e identidad social, en Alteridades número 2, México, 1991, p.p. 31-43.

AGUILAR, García Javier. El Estado Mexicano... en Alonso, Jorge. El nuevo estado mexicano: Estado, actores y movimientos sociales. Tomo III. De Nueva Imagen, México. 1994, 290 págs.

ALBARRAN, de Alba Gerardo, PRD, una campaña profesional y 63,000 brigadistas en acción, casa por casa. En PROCESO 10 de Junio de 1997, número 1074, p.p. 12-17.

ALONSO, Jorge. Cultura política y educación cívica. México, Ed. La Jornada. 1994. 301 págs.

ARROYO, Alberto. El Estado mexicano... en Alonso, Jorge. El nuevo estado mexicano: Estado, actores y movimientos sociales. Tomo III. De Nueva Imagen, México. 1994. 290 págs.

CASTREJON, Diez Jaime. La política según los mexicanos. Ed. Oceano, México, 1994. 306 págs.

CORREO DEL SUR: Primer encuentro de pueblos, comunidades y ejidos del sur y suroeste del D.F., México, Diciembre de 1992.

CUADERNO DE INFORMACION BASICA DELEGACIONAL (TLAHUAC). INEGI. y Departamento del Distrito Federal editores 1989.

De la PEÑA, Testimonios Biográficos: Cultura popular y Cultura Política, Reflexiones

Metodológicas.

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION, "Decreto por el que se expropia a causa de utilidad pública una superficie de 11-03-96.09 "hectáreas de agostadero de uso común, de terrenos ejidales del poblado Tláhuac, delegación del mismo nombre". Tomo CDLXXXVIII, No. 11, México, D.F., martes 17 de mayo de 1994. Págs. 32-35.

GOMEZ, Tagle Silvia. La frágil democracia en México: Partidos Políticos y Elecciones. GV Editores, México 1993.

GRAZIANO, Luigi. Cientelismo e sistema político: il caso dell'Italia. Franco Angeli Editore, 1984. p.p. 1-69

HERNANDEZ, Campo Jorge; HERAS, María. Partidos políticos y ciudadanos: Entre el dialogo y la mercadotecnia. Ed. Cambio veintiuno, México 1991, 98 págs.

"La propiedad social de la tierra está en peligro de extinción: UNTA". Periódico Metrópoli, Lunes 16 de noviembre de 1992.

LAZZARI, Axel. Panoramas de antropología política del clientelismo, en cuadernos de antropología social número 7. Buenos Aires 1993, p.p. 9-33

LOAEZA, Soledad María Soledad. El llamado a las urnas, Ed. Cal y Arena, México 1989

LOMMNITZ, Larissa, Como sobreviven los marginados, Editorial Siglo XXI, México 1978

MARIN, Nidia. Despojo de Tierras. Excelsior, el periódico de la vida nacional, 30 de octubre de 1992. Págs. 1 y 14.

Mayer, Adrian, "La importancia de los cuasi-grupos en el estudio de las sociedades complejas", M. Banton (ed.), *Antropología social de las sociedades complejas*, Madrid, Alianza, 1980, p.

MONTAÑO, Ma. Cristina. La tierra de Iztapalapa. Cuadernos Universitarios de la UAM-Iztapala. Número 7. México 1984. 203 págs.

MORENO, Daniel. El desafío electoral, en Enfoque: 12 de enero de 1997. México. págs. 3-8

MORRIS, Stephen D., Corrupción y política en el México contemporáneo, México 1994, Siglo XXI Editores.

MORRIS, Richard; SEEMAN, Melvin. A general framework for the study of the leadership. En tecl-lazarsfeld, paul (ed.); Rosemberg, Merris (ed.). *The language of social research: a reader in the methodology of social research*. 1967.

PAIZANNI, Catalina. Piden agricultores respeto a las leyes agrarias y servicios públicos. Periódico Metrópoli, Viernes 4 de febrero de 1994, pag. 18

PORTAL, María Ana. La identidad como objeto de estudio, en alteridades, año 1, número 2 México 1991.

PALOMATO, Alicia y RODRIGUEZ, Lourdes. Mirando el poder, Ed. Plaza y Janez/UAM-X. México 1987, p. p. 137-187

PYE, Lucian W. Cultura Política, en Enciclopedia de las Ciencias Sociales. Págs. 323-328. Vol. III, Ed. Aguilar, Madrid 1974.

RAMIREZ, Manuel. Entre el corporativismo... en Alonso, Jorge. El nuevo estado mexicano: estado, actores y movimientos sociales. Tomo III. De Nueva Imagen, México. 1994. 290 págs.

REYES, del Campillo Juan. Partidos, Elecciones y Cultura Política en México. UAEM-UAM-COMECSO, México 1994.

SEMO, Ilán, et all., La transición interrumpida. UIA/Nueva Imagen, 1993

SOLIS, Cámara Fernando, Encuestas, procesos... en ARGÜELLES, Antonio y VILLA, Manuel, México: el voto por la democracia. Ed. Porrúa. México 1994. 293 págs.

SOSA, Alvarez Ignacio. Ensayo sobre el discurso político mexicano, 1ª edición. México D.F. Coordinación de Humanidades, UNAM: 1994, ISBN: 968-842-489-7. 124 págs.

TEJERA, Gaona Héctor. Manual de Introducción a la Antropología Funcionalista. Ed. Instituto Nacional de Antropología e Historia, México 1996, 124 págs.

TEJERA, Gaona Héctor. Encuentro de expectativas. Las campañas para diputados y la cultura política en el distrito Federal. En Nueva Antropología número---. 1997