



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

ANTROPOLOGIA SOCIAL

Título del trabajo

Cultura y comportamiento político en el distrito electoral 14 federal.

TESINA

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

Norma Angélica Jaramillo Puebla

Comité de Investigación

Director: Dr. Héctor Tejera Gaona

Asesores: Dra. María Ana Portal Ariosa y Dra. Margarita Zárate Vidal

México, D.F., diciembre de 1999

Matrícula 93325045

P.A.
Zarate
Federico Bassora
Coordinador de Licenciatura

Dedicado a todos mis seres queridos como una forma de agradecer la confianza puesta en mí.

Agradecimientos

Deseo agradecer a la Universidad Autónoma Metropolitana y, en particular, a los profesores del departamento de antropología por la formación que recibí dentro de esta institución educativa.

Quiero mencionar que la realización de este trabajo no hubiera sido posible sin el apoyo del Dr. Héctor Tejera Gaona quien, con su conocimiento y dedicación, atendió en todo momento mis dudas guiándome en el transcurso de la investigación y en la elaboración de este escrito.

Mi agradecimiento es también para las profesoras Margarita Zárate y Mariana Portal por el tiempo dedicado y los comentarios hechos a este trabajo.

A mi equipo de trabajo: Liliana Cruz, Fabiola Flores, Gloria García, Oscar Mendizábal y Victor Manuel Segura, gracias por compartir el material de información y aminorar los momentos tediosos y difíciles.

Para el desarrollo de este trabajo es indispensable mencionar a mi familia y todas las personas que estuvieron conmigo dándome su afecto y apoyo incondicional. A mis padres por el cariño y comprensión que ha motivado toda mi etapa estudiantil. A mis hermanos y amigos por estar conmigo en todo momento. Finalmente, aunque no de menor importancia, quiero agradecer a Mauricio León Molina por el respaldo afectuoso que de manera permanente me ha brindado.

Indice

Introducción.	4
a)Características de la investigación.	6
b)Características electorales del distrito 14 federal.	7
c)Organización de las campañas.	7
Capítulo 1 Campaña del Partido Acción Nacional.	11
Capítulo 2 Campaña del Partido de la Revolución Democrática.	30
Capitulo 3 Campaña del Partido Revolucionario Institucional.	49
Capítulo 4 Conclusiones: Campañas y comportamiento político.	65

Bibliografía

Anexos.

Introducción

Si se hace un recuento de la dirección que han tomado los estudios antropológicos en la actualidad, podemos encontrar que la mayoría de ellos están dirigidos a temas relacionados con la globalización y sus implicaciones en el comportamiento humano. Estos estudios, motivados por los nuevos cambios, han puesto énfasis en las nuevas maneras de relacionarse con el exterior, relegando otros temas que, no por estar remitidos al ámbito nacional o incluso local han dejado de tener importancia. Dentro de la antropología retomar dichos temas es necesario debido a que en dicho ámbito encontramos cambios que requieren de un análisis que ayude a explicarlos.

El estudio de la cultura política ha sido uno de esos temas que la antropología ha relegado. Al parecer el mismo no había generado demasiado interés en los investigadores debido, probablemente, a que la población del país, hasta últimas fechas, estaba conforme con la forma de gobierno establecida por el partido gobernante: el PRI. La hegemonía de este partido, con el tiempo, parece haber implantado en la cultura mexicana percepciones, expectativas y formas de comportamiento ciudadanos que se mantuvieron durante años, sin que surgieran conflictos mayores entre gobernados y gobernantes manteniéndose la estabilidad social y política en el país.

Esta hegemonía se erosionó en las últimas décadas por lo que, concomitantemente, dicha estabilidad se ha debilitado iniciándose un ambiente de constantes cambios que llamaron la atención de los investigadores. Éstos se interesaron por la nueva problemática que surgía en el país y que influía en el comportamiento de los actores políticos. Como ha planteado Jorge Alonso

La crisis de representación del sistema político puesta en evidencia por los movimientos populares - que imprimieron en sus luchas un sentido democratizador- se había agudizado con el cuestionamiento frontal a la legitimidad del presidente Carlos Salinas, quien a diferencia de su antecesor se vio obligado, desde el inicio de su gestión, a dar prioridad al papel de la política en la conducción del cambio económico y social.¹

Ante éstas nuevas condiciones políticas, el estudio del comportamiento político cobra interés y se convierte en punto de atención para muchos investigadores, quienes se enfocan hacia esa materia, interesados en explicar esos cambios políticos.

El interés por el estudio que aquí presentamos surge de nuestra lectura de los autores ahora interesados en las cuestiones políticas de nuestro país y, concretamente, de aquellos que, preocupados por la nueva problemática, se dedicaron al estudio del comportamiento y cultura política.

Dentro de los estudios enfocados a la relación entre cultura y política es notorio el énfasis que se hace en la *nueva cultura política* que ha surgido en nuestro país que según algunos autores es una:

nítida expresión de la pluralidad sociopolítica, la cultura política de la capital alcanzó en los dos últimos procesos electorales, momentos de gran efervescencia: al multiplicarse las expresiones de normas, creencias, ideales, valores, sentimientos y tradiciones. De esta manifestación de pluralismo, lo que tal vez resulta más significativo, es que no se presentaron vínculos sociodemográficos determinantes entre grupos o clases sociales con los partidos políticos, ya que el electorado respondió más bien a mecanismos propios de una cultura política basada en la opinión y la participación. La presencia de clientelas pluriclasistas, relacionadas con los partidos por información, afectos, cultura, valoraciones, juicios, etcétera, es tal vez la prueba definitiva de una sociedad que se encuentra en transición hacia una nueva cultura política más democrática, libre, incluyente y participativa.²

¹ Alonso Jorge, *El nuevo Estado mexicano. Estado y política*, México, Nueva Imagen, tomo II, 1994, p. 273.

² Reyes del Campillo Juan, "El mercado político electoral en el D. F.", en Jorge Alonso (coord.), *Cultura política y educación*

Estos y otros análisis resaltan que, en la actualidad, las personas muestran un mayor interés por los problemas que aquejan al país en general y, a su vez, ésto se refleja en periodos electorales donde, según los autores, las personas atienden y ponen énfasis en el conocimiento de las opciones políticas que se les presentan. Aseveraciones como ésta nos hace pensar en una cultura política caracterizada por una mayor participación de la población en los asuntos públicos.

En la investigación emprendida, las afirmaciones citadas son de vital importancia. Es a partir de éstas como surge nuestro interés por conocer *si dicho cambio en la cultura política se ha efectuado* y ha generado en la población un ambiente participativo. También nos llevan a preguntarnos *¿está surgiendo una nueva cultura política donde la apatía de la gente está desapareciendo?* y, si es así, *¿cuáles son los elementos y motivaciones que conforman dicha cultura política?*

Considerando que la forma de conocer la cultura política de nuestra sociedad es analizando los elementos contenidos en ella como son: las prácticas, percepciones o motivaciones del individuo, en este estudio el comportamiento político de las personas es de gran importancia, ya que es ahí donde esos elementos se expresan.

Por medio del estudio de cómo participan, cómo se desenvuelven y cómo es su relación frente a las personas o partidos que se disputan un puesto en el poder se pueden conocer cómo está conformada dicha cultura política.

El proyecto de cultura política que se desarrolla en este trabajo tiene como objetivo principal dar respuesta a esas preguntas.

Por medio de la observación del comportamiento de las personas se pretende advertir sobre los diferentes elementos que la integran para, a partir de esto, conocer si han surgido cambios que pudieran haber afectado la percepción y comportamiento de las personas.

Ante el problema que se aborda en este texto el proceso electoral y, principalmente, las campañas electorales se presentan como un medio para encontrar las respuestas a las preguntas anteriormente planteadas. Es en éste ambiente donde es posible observar la forma de participar de la población ya que, a través de la relación entablada entre candidato y votantes, se pueden vislumbrar las distintas conductas adoptadas por estos actores políticos cuando están frente a frente y, a partir de dicha relación, conocer cómo conciben y cómo reaccionan durante las campañas y ante el proceso electoral.

En este estudio las campañas electorales son el espacio adecuado para, por un lado, conocer las percepciones de las personas acerca de su entorno político ya que es ahí donde expresan sus opiniones y se refleja su interés en las cuestiones política del país y, por el otro, encontrar los motivos por los cuales las personas acuden a votar, con el propósito de comprobar si los ciudadanos considera a las elecciones como un medio para hacer valer su opinión y, además, conocer qué conceptos o nociones tiene ante lo político y qué actitud toman ante el mismo.

Considerando los anteriores lineamientos que impone la investigación, en el capítulo 1, 2, y 3 se presenta una descripción de las campañas de los partidos que contendieron en el proceso electoral durante las elecciones para Jefe de Gobierno y diputados federales y locales en el Distrito Federal: Partido Acción Nacional, Partido de la Revolución Democrática y Partido Revolucionario Institucional respectivamente. En cada uno de estos capítulos haré una descripción de la forma en que se desarrolló cada campaña considerando tanto el comportamiento de las personas como del candidato durante la

relación entablada entre ambos para finalmente, fundamentar la interpretación de las conductas observadas e intentar dar respuesta a las preguntas anteriormente planteadas.

a) Características de la investigación.

Es necesario aclarar que para obtener la información necesaria para dar respuesta a las interrogantes planteadas, la investigación se dividió en dos etapas la primera de ellas abarca, como ya se mencionó, el seguimiento de las campañas de los partidos: PAN, PRD y PRI. En esta etapa todas las observaciones realizadas se ordenaron en fichas de trabajo, según un código de clasificación que se elaboró con los temas relacionados con el tema (ver Anexo 1). La segunda parte consistió en una encuesta realizada en un período posterior a las campañas. Esta encuesta fue realizada, inicialmente, en una de las secciones donde el PRD tuvo un más alto índice de votación (ver Anexo 2) y, posteriormente, en otra zona donde, a pesar de ser contigua a la primera, su porcentaje de votos y asistencia a las urnas fue de las más bajas (ver Anexo 3). La encuesta tuvo como propósito conocer algunos elementos relacionados con la participación, interés, e información política de las personas tanto en las campañas como en su vida cotidiana con la intención de establecer las motivaciones y opiniones de la población de una zona determinada (ver Anexo 4). Esta información fue codificada y ordenada en una base de datos dentro del programa *Statistical Package for Social Sciences* para obtener distintos cuadros de porcentaje que nos permitieron confrontar las opiniones recopiladas a través de éstos con las acciones, actitudes y demandas que observamos en la ciudadanía en el transcurso de las campañas.

Para la realización de este proyecto se integró un equipo de siete investigadores que se ubicaron en varios distritos electorales y analizaron las campañas de varios partidos durante las campañas electorales de los candidatos a diputados federales efectuadas en el período preelectoral que abarcó del 19 de abril de 1997 al 6 de julio del mismo año.

Es importante aclarar que inicialmente los distritos fueron elegidos de acuerdo a los índices de marginalidad según el INEGI, se pretendía tomar los estratos alto, medio y bajo para realizar la investigación laborando en cada zona con los tres partidos más importantes: PAN, PRD y PRI. Sin embargo, debido a la dificultad para contactar a los representantes de los partidos de esas zonas y su poca disponibilidad para que accedieran a que se trabajara en su campaña, nos enfocamos en tratar de entablar comunicación con los partidos sin importar la zona. A pesar de estas dificultades es importante poner en claro que, aunque no se logró contactar a los tres partidos, finalmente se trabajó en dichas zonas. Las zonas y partidos donde se logró contactar a los representantes fueron los siguientes: el PRD en Tláhuac, distrito 27; el PAN, PRD y PRI en Iztacalco, distrito 14, PRI en Cuauhtémoc distrito X local y PAN en Benito Juárez distrito 15.

Cuadro 1

Delegación	Distritos electorales inicialmente elegidos	Distritos estudiados
Tláhuac y Milpa Alta	27	27
Benito Juárez	15	15
Benito Juárez e Iztacalco	14	14
Cuauhtémoc	8	X

Para los fines de este proyecto únicamente se retomaron las observaciones obtenidas en el distrito 14 federal. La razón se debe a que sólo en ésta zona se contactó a los tres partidos que, para mi análisis,

relación establecida entre ambos para finalmente fundamentar la interpretación de los conductos son necesarios para poder comparar el comportamiento de las personas retomando los elementos comunes y diferenciados que sirvan para deducir si dicho comportamiento coincide con las afirmaciones hechas por los distintos autores que proclaman una nueva cultura política o, en su defecto, conocer los fundamentos que están definiendo el comportamiento de las personas.

b) Características electorales del distrito 14 federal.

Revisando el mapa electoral de la zona (véase *Anexo 5*) podemos encontrar que, aunque el PAN tiene cinco secciones ganadas, como ya es sabido, el PRD obtuvo el triunfo en mayoría de secciones del distrito. Al final del conteo de votos, el distrito se caracteriza por un triunfo apabullante del PRD. Es importante aclarar que en las secciones donde ganó el PAN y que pertenecen a la colonia Reforma Iztlaccihualt, están caracterizadas por el alto grado participativo de la población en esas secciones. Revisando el *Anexo 3* encontramos que en general el distrito cuenta con un alto grado de participación, el mapa muestra que, escasamente, son dos secciones las que tienen menos del 57% de votos. Como se puede observar toda la zona está marcada por los tonos más fuertes (rosa, naranja, café azul y verde) que nos hablan de la asistencia a las urnas y de la importancia que, tentativamente, está adquiriendo el proceso electoral.

La diferencia de votos entre PRD/PRI en el distrito, como lo muestra el *Anexo 2*, refleja que dentro de la competencia entre ambos partidos, el PRD fue quien obtuvo mayor respuesta en las votaciones pero, su triunfo es más marcado en las zonas que comprenden la Unidad Habitacional Infonavit Iztacalco y el Fraccionamiento Benito Juárez (colonia 2 de octubre), lugares importantes de mencionar debido al interés puesto por los partidos en trabajar dichas zonas por considerarlas, según elecciones anteriores, priístas.

En lo referente a la diferencia de votos entre PRD/PAN, el *Anexo 6* muestra que aunque el PAN ganó cinco secciones y en las restantes la diferencia de votos es más marcada, la misma situación es similar a la anterior. Esto nos indica que el PAN no tuvo incidencia ni generó simpatía entre la población ya que, con base en *Anexo 7*, encontramos que aún el PRI -que no ganó ninguna sección- tuvo más adeptos en esa zona que el PAN.

c) Organización de las campañas

Para la obtención del material fue necesario salvar algunas dificultades que, en determinados momentos, obstaculizaron el desarrollo de la investigación. En un inicio resultó complicado localizar los comités de campañas de los distritos que se querían estudiar, sus direcciones no se conseguían y algunas de las obtenidas estaban equivocadas. Una vez localizados los comités, el siguiente obstáculo consistió en contactar a los coordinadores de campaña y convencerlos para que accedieran a nuestra petición de acompañar a los candidatos durante sus recorridos proselitistas para observar cómo se llevaba a cabo su campaña. Generalmente, tanto los coordinadores como los propios candidatos se mostraron renuentes y desconfiados. Una vez dentro de las campañas, se nos prohibió asistir a cierto tipo de reuniones donde, según los coordinadores, nuestra presencia no era pertinente o, en el peor de los casos, no se nos informaba de algunos eventos. En el transcurso de las campañas la mayoría de las ocasiones servimos como ayudantes cuando se repartía la propaganda en sus presentaciones por las distintas colonias. Dejando de lado o ignorando nuestra verdadera función como estudiantes que pretendían observar el comportamiento de las personas frente a los candidatos. En lugar de esto aprovecharon nuestra presencia utilizándola como fuerza de trabajo no remunerativa, pero sí eficaz para los fines de los distintos partidos con quienes se trabajó. Trabajamos gratis, pues.

Las campañas estuvieron dirigidas principalmente a buscar el contacto directo con las personas que habitan el distrito. Los diferentes partidos intentaron dar a conocer a sus candidatos entablando un trato *más personal* que les permitiera ganarse la confianza de los pobladores del distrito con el propósito de que les otorgaran su voto. Dicho trato personal fue establecido de tres formas: primero, *los recorridos domiciliarios* por las distintas colonias que conformaban el distrito; segundo, las *reuniones domiciliarias* en un punto determinado y; tercero, *los festivales* que organizaban en fechas especiales o simplemente para tratar de agradar. Con estas tres estrategias se pretendió generar simpatía hacia el partido entre la población. Pero lo más importante fue que todos ellos tenían como propósito la presentación directa de los candidatos, los cuales intentaban reflejar interés y compañerismo para darles seguridad a las personas y convencerles de que eran la mejor opción.

En primer lugar, los candidatos hicieron su presentación ante sus posibles electores recorriendo las diferentes secciones que comprendía su distrito electoral tocando puertas, entregando propaganda con la información de los candidatos y, en algunos casos, dando obsequios (plumas, lápices, destapadores, llaveros, bolsas para el mandado, gorras, botes lecheros, etc.). Durante su presentación los candidatos platicaban con la gente, se ponían a su servicio dando la dirección y teléfono de sus comités de campaña o; incluso, ~~en ocasiones el de sus casas para que "acudieran a ellos si tenían algún problema"~~. En estos recorridos no era frecuente que dieran a conocer a la población sus propuestas. Sólo lo hicieron cuando la persona visitada lo pedía, pero por lo general este tipo de visitas sólo tenían como propósito que los candidatos se presentaran ante las personas y éstas supieran que los estaban visitando "casa por casa".

En segundo lugar, por lo que se refiere a las reuniones vecinales, los militantes o integrantes de los comités convocaban a la gente del lugar para que acudieran a conocer a su candidato y sus propuestas. Estas reuniones, por lo general, se organizaron con el apoyo de jefes de manzana o gente allegada al partido que estuviera dispuesta a organizar a sus vecinos para que asistieran. Las reuniones estuvieron *como propósito* que los candidatos establecieran una relación más cercana con los vecinos de diferentes secciones y que les expresaran sus problemas. Estas reuniones, dado su carácter más privado, hacían posible que la gente que acudió a ellas pudiera por un lado, externar sus dudas acerca del partido con más tranquilidad; y, por otro, exponer los problemas que aquejaban a su vecindario. Las reuniones fueron organizadas con la finalidad de que el candidato pudiera platicar con un número mayor de personas al mismo tiempo.

En tercer lugar, organizaban festivales donde se presentaba a los candidatos, invitaban a grupos musicales o de baile y entregaban obsequios que podían ir desde una gorra hasta una sala o un antecomedor. En estos eventos, por lo general, se le avisaba a las personas con anticipación para que asistieran, pero era muy común que el mismo día y hora del acontecimiento se pasara por las calles con alta voces invitando a los vecinos a que acudieran. Aquí lo que se acostumbraba era que el candidato repartiera a la gente que llegaba boletos para la rifa de los regalos que obsequiaría, anunciaba los atractivos que habían preparado para, posteriormente, comenzar con el discurso de los candidatos donde, regularmente, hablaba con la gente acerca de los problemas que aquejaban al país o a la zona que visitaba y, sólo en algunas ocasiones, exponía las propuestas de su partido; por último, se efectuaba la rifa y se entregaban los premios.

El impacto que generó en las personas esta manera de trabajo varió dependiendo del *tipo de presentación*, sin que el partido o candidato influyera de manera determinante ya que, por lo general, los tres candidatos recibieron tanto buenos como malos tratos. En cambio, el tipo de presentación sí provocó determinados comportamientos que se pueden clasificar de acuerdo al evento. En las visitas domiciliarias, como ya se mencionó, fue donde se facilitó observar las distintas reacciones ciudadanas ya que en un mismo recorrido se encontraron desde personas que reclamaban, exigían, solicitaban, o

atendían de forma entusiasta a los candidatos, y quienes eran totalmente indiferentes. Pero, en las reuniones domiciliarias y los festivales fue donde se logró observar dos tipos de comportamiento que no variaron de partido a partido. En el primer caso, la respuesta fue de indiferencia y falta de interés hacia los partidos. En éstas, a pesar de la difusión previa de que se realizaría una reunión las personas no asistían, y sí lo hacían, el número estaba muy por debajo de las expectativas de los candidatos y, la mayoría de las ocasiones, les resultaba decepcionante su poca capacidad de convocatoria.

En lo referente a los festivales, éstos permitieron observar la función e impacto de los obsequios. Por lo general, éstos eventos estuvieron acompañados de actividades de diversión y regalos los cuales -a juzgar por la respuesta de las personas-, les agradaban y, para el partido, significaban tener un mayor poder de convocatoria, ya que las personas asistían con la esperanza de recibir algún obsequio que, por pequeño que fuera, les entusiasmaba. De esta manera, tanto las reuniones domiciliarias como los festivales nos permitieron verificar el interés de las personas por conocer a los candidatos. Pero éstas reacciones como las de los candidatos serán dadas a conocer más adelante en la descripción de las campañas de cada partido estudiado.

Antes de comenzar con la descripción de las campañas es necesario contextualizar las circunstancias bajo las cuales cada partido llevo a cabo su trabajo.

Los tres candidatos siguieron el mismo esquema de proselitismo que hemos expuesto a grandes rasgos, pero resulta importante aclarar que los tres no contaron con las mismas facilidades para realizarlo.

En primer lugar, cada uno tuvo diferentes formas y discursos para acercarse a las personas, y en estas formas y discursos en que el PAN se acercó con la intención de convencer a las personas de que era la mejor opción, realizó su proselitismo con el apoyo de un equipo de trabajo que no tenía contactos suficientes que le guiaran o permitieran un mejor acercamiento. Los candidatos de este partido acudieron a las colonias basándose únicamente en las encuestas levantadas por el Plan Básico Operativo (PBO), y un mapa electoral que les indicaba el índice de simpatizantes que tenía en cada sección.

El discurso de los aspirantes panistas consistió en enaltecer el trabajo de sus compañeros de partido en otros Estados del país, especialmente de los gobernadores de este partido.

En el caso del PRD encontramos que, al igual que el PAN, no contaba con las redes sociales necesarias que le facilitaran relacionarse con sus posibles electores. Ajeno a todos los problemas de su distrito y colonias el candidato del PRD trabajó solo y sin conocer la zona. En su contacto con las personas se dirigió a infundir confianza en que sí ganaba Cárdenas y él, los problemas que le eran expuestos serían resueltos.

En este distrito, en comparación con el PAN y PRD, el PRI resultó un caso especial, ya que el candidato de este partido contó desde un inicio con todo el apoyo de la estructura territorial de su partido, lo que se tradujo en la disponibilidad de redes políticas a partir de las cuales obtuvo el apoyo necesario para efectuar sus recorridos por las colonias. Acudió a éstas con personas que conocían la zona y lo presentaban ante sus vecinos con aire de compañerismo. Su recorrido por las distintas colonias estuvo caracterizado por el despliegue de recursos materiales y humanos, disponibilidad de obsequios y posibilidad de atender las demandas y quejas que los vecinos le presentaron, ya que éstas eran enviadas a la Delegación y resueltas gracias a los contactos que el partido tenía con el Delegado.

Capítulo 1 Campaña del Partido Acción Nacional.

El candidato que representó al PAN en este distrito fue electo en una Asamblea donde sus miembros sometieron a votación su candidatura. Nació en la ciudad de México en 1960, hijo de padres extranjeros (Libaneses). Cursó la licenciatura de Sociología en la UNAM. Tiene un diplomado en desarrollo regional y análisis político y teórico de escenarios por la UNAM y el Instituto de Estudios Legislativos de la Cámara de Diputados, entre otros cursos. Participó en la Cámara Nacional de Comercio en Pequeño de la Ciudad de México donde coadyuvó en la asesoría a pequeños empresarios. En su colonia fue miembro de la Junta Vecinal. Actualmente es un empresario dedicado a la venta de muebles en tiendas que llevan su nombre. ³

Entre las propuestas que este candidato promovió podemos mencionar como más frecuentes a las siguientes:

- Promover un auténtico federalismo, para corregir los desequilibrios sociales, políticos y económicos que sufre México.
- Facultar expresamente al Congreso de Unión en la Fiscalización del Poder Ejecutivo.
- Descentralizar las decisiones del presupuesto educativo hacia los Estados, que los gastos educativos de los padres de familia sean deducibles de impuestos, establecer un sistema nacional de formación de maestros para su actualización permanente.
- Incrementar la seguridad pública en beneficio de la comunidad, profesionalizando a los cuerpos policiales, y fijando parámetros claros en los sueldos y prestaciones de los policías.
- Establecer mayores sanciones a quienes abusen de la ignorancia o miseria de las personas para cometer delitos.
- Atender las necesidades de gestión y colaboración en las demandas del Distrito 14 y la ciudadanía en general en forma permanente.⁴

En su campaña se observó un esfuerzo por proyectar, de acuerdo a las características de la zona que se trabajaría, lo que mejor le convenía al partido para su triunfo. Dentro de la campaña se manejaron dos criterios que sustentaron la organización y tipo de trabajo que se realizaba de acuerdo a la zona. El primero, se sustentaba en el *porcentaje de votos obtenidos por sección electoral* en el último proceso electoral, éstos se obtenían de un mapa del distrito elaborado por el partido. En este mapa se localizaba la zona con un porcentaje menor de votos y era ahí donde se preparaban un número mayor de actividades. El segundo, se obtenía con el trabajo del Plan Básico Operativo (PBO). Este plan se trataba de un grupo de personas dedicadas a recorrer las secciones electorales para *detectar a simpatizantes, opositores o indecisos* para efectuar una labor de convencimiento y hablarle a las personas de las propuestas del partido. Este grupo de personas llevaba consigo el padrón electoral de la elección anterior con los nombres y direcciones de las personas que habitan la sección. El trabajo que realizaban consistía en llegar a las casas siguiendo un esquema: "buenas tardes, venimos del Partido Acción Nacional y estamos haciendo

³ Esta información fue obtenida de los trípticos repartidos durante la campaña del candidato en este distrito.

⁴ Esta información estaba contenida en los volantes y trípticos que se repartieron pero, el candidato solo las mencionaba cuando las personas se lo solicitaban.

un sondeo para saber si son o no simpatizantes del partido” después de conocer su respuesta éstos la anotaban, daban las gracias y le daban un salero con el logotipo del PAN. 1

Con la información que se obtenía, tanto del mapa electoral como del PBO se hacía un balance de las zonas buscando cuál de ellas, según su criterio, requería mayor trabajo. Con estos criterios se organizó en primer lugar, la campaña que debía contener las actividades necesarias de acuerdo al tipo de zona que se tratara. Estas actividades oscilaron entre los recorridos por colonias, reuniones vecinales y eventos artísticos dirigidos a tener contacto con las personas, éstas con el objetivo de tener un mejor acercamiento con las personas del distrito.

De acuerdo a las observaciones de esta campaña podemos decir que el partido y candidato consideraban que la estrategia para obtener los efectos proselitistas más efectivos se relacionaba con la entrega de regalos ya que, desde su punto de vista, a través de ella era posible reunir un número mayor de personas, darse a conocer entre ellas y ganarse su apoyo. Por tal motivo, gustaron de organizar grandes eventos artísticos donde el principal objetivo era que el candidato diera un discurso y repartir, los cuales iban desde una pluma hasta una sala o antecomedor. 2

En segundo lugar, la información reunida servía para la distribución del trabajo dentro del comité distrital, donde se agrupó un considerable número de personas dedicadas a distintas actividades: desde supervisar la campaña hasta distribuir la propaganda del partido por las calles. Una platica sostenida con el coordinador de campaña habla de su función y las actividades del comité de campaña:

Comité de campaña:

El coordinador empieza diciendo que él es consejero ciudadano en la delegación Benito Juárez y su papel dentro del comité es el de coordinador de campaña. Posteriormente, explica cómo está conformado y organizado su comité: “consta de tres partes que son: primero, la avanzada dividida, a su vez, en dos grupos: uno donde están quienes se encargan de repartir la propaganda en las calles o colonias donde será el recorrido del candidato y dos donde el PBO realiza un trabajo muy importante ya que, aquí trabajan los promotores del voto para localizar a los posibles simpatizantes, opositores e indecisos; segundo, otro factor muy importante soy yo ya que, sin mi no habría quién tomara las decisiones y organizara todo y, tercero, los que llamamos remate, es donde el candidato pasa a visitar casa por casa a la gente después de que fue con anterioridad la avanzada y el PBO”. 3

Con esta entrevista queda sustentado la lógica de trabajo del partido que era la sondear y dar a conocer al candidato para que éste, posteriormente, hiciera acto de presencia ya conociendo la intención del

1 Quiénes de la campaña que observamos en Benito Juárez, el 9 de mayo de 1977.

2 Cabe mencionar que el regalo de salas y comedores fue un aspecto específico de la campaña de este candidato ya que, como se ha mencionado, éste era dueño de una cadena de mueblerías.

3 Conversación sostenida el 9 de mayo de 1977.

Error

An error occurred while processing this page. See the system log for more details.

algunos con la idea de plantear lo que es el PAN y su postura contra aquellas leyes que afectan a la ciudadanía, entre algunas frases que pensaba integrar al volante estaba la de "preferimos ganar sin prometer que ganar chantajeando", momentos antes había señalado en el mapa la zona que, según él, era más fácil de chantajear. Posteriormente, llega al comité el jefe distrital al cual, el candidato pregunta sobre lo que había escrito, éste, al terminar de leerlo, dice. "no sirve, muy denso y no me interesa, entiendo quiero que pongas quién eres tú, qué propones" y pregunta: "qué no has leído la plataforma", el candidato contesta: "sólo revisé lo que me interesa". Ambos se ponen a elaborar el volante y al terminar el jefe distrital pide al candidato que estudie la plataforma del partido.⁸

Esta situación muestra que las opiniones del candidato con frecuencia se ponían en duda y le quitaban la posibilidad de llevar a cabo la campaña de acuerdo a su propio criterio. Su opinión estaba sujeta a la valoración de su equipo de trabajo, a pesar de en ocasiones disponer de sus propios recursos se hacía a criterio del coordinador. Este ejemplo nos habla de un trabajo en equipo donde las decisiones eran tomadas pensando no sólo en la candidatura del distrito sino también a nivel partido, en él es posible observar el peso que tenía el partido sobre el candidato, la visita del jefe distrital para supervisar las actividades del comité habla de la organización del partido que limitaba al candidato en su actuación y sus decisiones. Durante la campaña se notó el trabajo en equipo que se estaba realizando dentro del partido ya que, hubo ocasiones en las que el partido enviaba a gente para que apoyaran al candidato en sus recorridos o éste tenía que acudir a las oficinas del jefe distrital para que le dieran propaganda.

A pesar de la poca influencia con la que contó el candidato dentro de la organización de la campaña existió dentro de ella otro ámbito que le permitía actuar, decidir y hacer las cosas como él consideraba mejor de acuerdo a las circunstancias y su criterio. Esta libertad se la otorgaron los recorridos y, en general, el contacto con las personas a las que accedía. Fue en dicho ámbito donde el candidato decidió qué hacer y qué decir. Haciendo una revisión general del comportamiento del candidato dentro de dicho ámbito, se observa que la campaña se caracterizó por la gran tarea de convencimiento que realizó en este distrito el candidato, quien intentó por todos sus medios disponibles convencer a las personas de que su partido era la mejor opción. Utilizó la palabra convencimiento para describir su forma de trabajar, porque en la mayoría de sus recorridos por las colonias al candidato podía permanecer mucho tiempo platicando con una sola persona. Al parecer solo le interesaba asegurar votos por pocos que fueran, a pesar de no abarcar todo el trayecto que se había propuesto para el día.

Dentro de este margen de acción permitido para el candidato fue donde armó sus propias tácticas para acercarse a las personas y solicitarle su voto. Entre dichas tácticas se encuentra su *tipo de discurso*. Durante su campaña se pudieron encontrar dos tipos de discursos utilizados por el candidato. Primero, el que utilizaba cuando podía permanecer largo tiempo con las personas generalmente, provechoso en los eventos masivos o en reuniones vecinales, el contenido de dicho discurso contenía el mismo sentido

⁸ Los aspectos que tenían que ver con la organización de la campaña era frecuente observarlos dentro del comité mientras se esperaba al candidato para que saliera a su recorrido por las colonias, 12 de mayo de 1997.

y se abordaban los mismos temas. Segundo, fue el que mencionaba de acuerdo a las circunstancias que se le presentaban de gran utilidad en los recorridos cuando la relación con las personas era momentánea y variaba mucho dependiendo del tipo de relación que entablara con las personas. El primer discurso contenía básicamente lo siguiente:

Unidad INFONAVIT Iztacalco:

“Buenas tardes, gracias por recibirme en su hogar. Vengo aquí orgullosamente como candidato del Partido Acción Nacional para decirles que los quiero representar dignamente, a mí sí me van a volver a ver cuando sea diputado. Como vecino de ustedes, por que yo si vivo en el distrito, la inseguridad que ustedes sufren, la sufro yo y mi familia por eso, yo sí me comprometo a estar con ustedes si así me lo solicitan. Hoy, la pregunta que todos nos hacemos es: ¿por qué tenemos que vivir lo que vivimos?, ¿por qué tenemos que soportar autoridades cínicas que no cumplen lo que prometen? El PAN tiene una respuesta para éstas preguntas que nos hacemos cuando nos levantamos y cuando nos acostamos, esa respuesta es: que tenemos y hemos tenido gobiernos corruptos que, en lugar de estarse preocupando por crear una estructura económica que fortalezca a nuestro país, sólo se ha preocupado por enriquecerse. Cuántos casos de instituciones públicas que supuestamente están para llevar bienes a la ciudadanía o, en otras palabras, bienestar para tu familia, no han funcionado porque la corrupción está siempre presente. Sólo corrupción es la que oímos día y noche de nuestras autoridades. El PAN, no es una propuesta, es una realidad y lo que nos propone el PAN es: una sociedad grande con un gobierno chico, ya no queremos gobiernos grandes que impiden que nos desarrollemos como una sociedad madura, como una sociedad responsable. No queremos que nos regalen más, queremos que nos dejen trabajar y que nos dejen trabajar con salarios dignos, sin devaluaciones, sin aumentos de IVA, sin aumentos a la canasta básica. Está demostrado históricamente que los gobiernos no generan riqueza que son las sociedades las que generan las riquezas. Queremos un gobierno que sea solidario y subsidiario pero no para chantajearlos a cambio de un hitacate por nuestros votos, son varios partidos los que nos chantajean con una política de la pobreza que nos mantiene siempre pobres para que así, sea más fácil arrancarnos el voto y ya no queremos que nos traten como limosneros, queremos que nos traten como una sociedad adulta. Necesitamos quitarnos de encima al gobierno para poder desarrollarnos como sociedad madura, no necesitamos a un gobierno que nos ha

mantenido en la pobreza durante 70 años. El PAN, ya es una realidad, gobernamos en cuatro estados, en ciento cincuenta municipios, varias capitales importantes y una de ellas es Morelia, que después de una corrupta administración perredista hoy ha sido refrendada nuevamente con el voto para Acción Nacional. Nosotros los militantes del PAN les decimos que, en los cuatro estados que gobierna el PAN se han generado más empleos y mayor inversión en los últimos 3 años que en todos los estados gobernados por el PRI. Los políticos del PAN no somos políticos tradicionales, no somos ex – priistas, no estamos atrás de un escritorio para ver como nos robamos la partida. Los políticos del PAN vamos a la fábrica, a las casas, al campo, nos mezclamos con la gente porque somos pueblo, somos emergidos del pueblo no de la burocracia, no somos hijos de políticos ni nos educaron para ser políticos pero, queremos cambiar este país”. 9

Este discurso tan comúnmente pronunciado en los grandes eventos y donde, se procuraba reunir a un número mayor de personas no tenía grandes diferencias en su contenido. Normalmente, por lo que se observa en su contenido, el candidato intentaba llegar a la gente con declaraciones que resaltaban el abandono del gobierno hacia la población (“a mí si me van a volver a ver”¹⁰), la corrupción y mal desempeño de éste (“necesitamos un gobierno chico y una sociedad grande”¹¹), según él, se requería que la riqueza fuera generada por la sociedad, condenaba el “populismo” implantado por los antiguos representantes llamándolo como: “el inicio de nuestra desgracia” porque no había permitido que nuestra sociedad madurara y mejorara y, por el contrario había generado “un pueblo pobre y un gobierno rico”.¹²

Al mismo tiempo, su discurso retoma declaraciones que removían algún tipo de identificación territorial como “yo si vivo en el distrito, la inseguridad que ustedes sufren la sufro yo y mi familia”¹³ y, lo que al parecer al candidato le agradaba más, tomar como ejemplo a los gobernantes del PAN que estaban administrando algún estado en el país “el PAN es una realidad, gobernamos en cuatro estados”.¹⁴

9 Recorrido domiciliario, 14 de junio de 1997.

10 Frases como esta fueron constantes en el discurso del candidato “yo no soy como otros que solo vienen a pedir su voto y luego no regresan, yo si voy a regresar”, col. Américas Unidas, 24 de junio de 1997.

11 Frases que pertenecían a su discurso “en la actualidad necesitamos vigilancia ciudadana, que la sociedad tenga más posibilidades de moverse sin el Estado – gobierno paternalista, de lo que se trata es de hacer un gobierno chico y una sociedad grande subsidiaria”, col. Alamos, 12 de junio de 1997.

12 Discurso pronunciado durante un evento artístico en la col. Nativitas, 7 de junio de 1997. “El mensaje que yo les quiero dar es que tengan siempre presente que el gobierno no puede generar riqueza, el populismo que ya vivimos con algunos gobiernos como Echeverría y López Portillo fue el inicio de nuestra desgracia que hoy vivimos”.

13 Frase mencionada durante el recorrido domiciliario en la col. San Simón, 19 de junio de 1997.

14 Alabar el trabajo de sus compañeros de partido en otros estados fue una constante en el discurso del candidato: “hoy el PAN gobierna cuatro estados, 250 municipios, gobierna a unos de cada tres mexicanos y, gracias al buen gobierno de los panistas, tenemos rodeados el D. F.”, col. Campamento 2 de octubre, 21 de junio de 1997.

A través de este tipo de discurso, tal vez, el candidato pretendía remover en las personas un tipo de reflexión donde el voto fuera a favor del partido que representaba. Con frases, como las anteriormente mencionadas, pretendía remover en las personas un sentimiento de desprecio y coraje hacia el sistema que nos ha gobernado y, al mismo tiempo, por medio de ejemplos que tenían que ver con el trabajo de su partido, hacía notar una esperanza de mejora para quienes lo escuchaban.

Dentro del comportamiento y perspectiva del candidato acerca de lo más conveniente a su campaña, es importante resaltar el aspecto relacionado con el constante apego a su partido el cual, con el transcurso de la campaña, se vio afectado por el desempeño de su candidato a jefe de gobierno: Castillo Peraza. En este sentido, se observó que el candidato por medio de hacer referencia del trabajo de sus compañeros en otros estados intentaba transmitir la idea de que todos los miembros de su partido compartían las mismas concepciones y capacidades para hacer un buen trabajo como representantes de la población. Este manejo de la situación que, desde su punto de vista, le servía como táctica para ganar adeptos, en el transcurso de su campaña y con el desempeño de su candidato a jefe de gobierno, tuvo que ser utilizada con ciertas reservas ya que, los reclamos de las personas, debido a la mala actuación de su candidato a jefe de gobierno, eran constantes. Ante estas circunstancias, el candidato prefería desligarse del candidato a jefe de gobierno e interesarse sólo en su candidatura pidiendo: "independientemente del partido confíe en mí, no soy un político tradicional, déme su apoyo".¹³

En el trato personal, durante los recorridos el candidato prefería presentarse interesado y preocupado por lo que pasa en el país, aduciendo de ahí su decisión de integrarse al PAN ya que, inquietado por los problemas que están sufriendo los mexicanos decide tomar armas en el asunto y ayudarlos integrándose al partido, remarcando, como se presentó anteriormente, no tener interés en hacer una carrera política y, refiriéndose a otros partidos, prefería: "perder por no prometer que ganar y no cumplir".¹⁴

En este sentido planteaba la necesidad de un cambio proponiéndose él como alguien que estaría dispuesto a acabar con ese gobierno, los elementos que utilizó para hacerlo era mostrándose decidido a ayudar a la población por convicción y no por dinero además de que, si ganaba las elecciones, su sueldo vendría de los impuestos de la sociedad como lo muestra la siguiente situación:

Recorrido por la colonia Portales Oriente.

Durante el recorrido menciona ser comerciante o empresario que se dedica a la venta de muebles en la Lagunilla. Gusta de presentarse como una persona que vive de su trabajo y que no necesita de robar para enriquecerse. En el transcurso del recorrido aclara: "ahora que soy candidato no voy por los \$ 25,000", expresa ser una persona que desea colaborar y contribuir con su granito de arena ya que, "si otras personas menos preparadas pueden, yo por qué no". "Soy una persona normal, llevo a mis hijos a la escuela, no necesito guaruras ni de grandes operativos de seguridad y ni de autos lujosos para venir a verlos".¹⁵

¹³ Recorrido domiciliario, col. El Prado, 14 de mayo de 1997.

¹⁴ Festival artístico organizado en la col. 2 de octubre, 21 de junio de 1997.

¹⁵ Recorrido domiciliario, 28 de junio de 1997.

A pesar de presentarse ante las personas como alguien dispuesto a ayudar desinteresadamente y de criticar a otros partidos por utilizar tácticas para "chantajear" y ganar votos, el candidato también buscó la manera de ganarse a las personas sin importar los medios. En el desarrollo de su campaña los medios que utilizó el candidato para ganar votos fueron muchos y, la mayoría de las veces, también dejaron ver algún tipo de chantaje que pretendía disfrazar las cosas a cambio del voto. Dichos medios o chantajes, que se ejemplificarán más adelante, se pueden clasificar en tres: 1) repartir regalos (simbólicos como: saleros, flores, plumas; o costosos como: salas o antecomedores) que, de alguna manera, desviaban la atención de las personas dejando de lado las propuestas; 2) utilizar frases como: "vamos por el cambio o ahorramos para la siguiente devaluación" u otras que dejaban implícita una amenaza o advertencia dirigida a persuadir el voto y; 3) ofrecer la solución de problemas para quienes así lo solicitaban.

La primera clasificación puede ser ejemplificada con la siguiente situación:

Campamento 2 de octubre:

Al llegar a la colonia Campamento 2 de octubre ya estaba acondicionado el lugar donde se realizaría el evento así, que solo era cuestión de que llegaran los vecinos del lugar. En un inicio se tuvo la idea de que comenzara a las 12:00 p. m. Pero, a esa hora, solo había en el lugar niños, el candidato, con rostro preocupado, le dice a unas personas de su brigada: "vayan a traer a la gente, no se cómo le hacen pero quiero a la gente aquí". Las personas empiezan a llegar cuando inicia la actuación de un grupo de bailarines independientes invitado para la ocasión y, además se empieza a dar obsequios como: gorras, bolsas, plumas, mandiles, dulces y saleros. El candidato empieza su discurso donde habla de la falta de un gobierno que fomente la economía libre, de la constante alza de precios, de las falsas promesas, de los estado que gobierna el PAN, de sus tres propuestas: combatir el mal federalismo, la partida secreta del presidente y cambiar la distribución del gasto público, hablo de que él es el único candidato que vive en el distrito y, finalmente, les solicitó su voto. Después de su discurso se dio comienzo a la rifa de una sala y un antecomedor donde se generó todo un aventadero.¹²

En estas ocasiones, por un lado, se observaba la decepción y preocupación del candidato al darse cuenta que no contaba con el poder de convocatoria suficiente para atraer a un número mayor de personas. Además, daban cuenta del tipo de tácticas que se utilizaban para atraer a las personas. Por otro lado, nos dan oportunidad de conocer el interés de las personas por saber quiénes son sus candidatos y observar cómo, este tipo de chantajes disfrazados con regalos, eran suficientes para atraerlos.

En festivales como el anterior fue posible observar la función de los regalos dentro de las campañas. *Los regalos se convirtieron en objetos de significación y de chantaje tanto para el partido y candidato como para las*

¹² Festival artístico, 21 de junio de 1997.

personas ya que, se vieron convertidos en el lazo que posibilitaba su unión. Este fenómeno, dentro del desarrollo de la campaña, como se muestra en el ejemplo anterior, fue perceptible desde el momento en que el candidato decidía ofrecer esos regalos a cambio de la asistencia y atención de las personas. Los posibles votantes, por su lado, permitían observar el poder de persuasión de los regalos cuando, ante el ofrecimiento de los obsequios, comenzaban a llegar a los lugares donde se les invitaba para obtenerlos a cambio de su sola presencia.

La segunda clasificación se puede observar en el siguiente caso:

Recorrido por la colonia Portales Oriente:

Durante el Recorrido una señora dice simpatizar con el PAN desde que Clouthier fue candidato, pero ahora, comenta: "ya no me convence mucho, ya ve usted cómo es Peraza", el candidato contesta: "si el PAN gana en el distrito federal tenemos la presidencia segura", prosigue afirmando, "señora vamos por el cambio o ahorramos para la siguiente devaluación". La señora sonríe y se despide del candidato. ¹²

Este tipo de comentarios dejaban notar un tipo de chantaje, a nivel discurso, donde se manejaba la amenaza y preocupación con la esperanza de tener algún tipo de beneficio. Estas frases se convertían para el candidato en un medio para condicionar a las personas para dar su voto dejando implícita la idea de que la solución y mejora de los problemas del país estaba en sus manos.

La tercer clasificación se ejemplifica con la siguiente situación.

Reunión vecinal en Barrio de Santiago:

En el discurso que dirigió a las personas que lo acompañaban (4 mujeres, un hombre y 3 niños) comentó: "vamos a quitarle al gobierno de pedazo de pastel que le corresponde a la gente, no hay que dejarles lo que nos corresponde". En ese momento una señora interrumpe para comentar un problema de su colonia, se trata de una tienda que vende cerveza a los estudiantes cerca de un CBTIS. Esto les provoca problemas porque los estudiantes ebrios provocan pleitos, se orinan en la calle y no respetan nada. Otro persona comenta que, incluso, en una ocasión intentaron hacer una tardeada en un callejón de su unidad pero los corrieron. El candidato, ante este problema, contesta: "si ven esto no se expongan, hablen por teléfono a nuestro comité y es como si llamaran al 08 (teléfono de emergencia), ustedes me están contratando de sus impuestos y van a ver si a la patrulla no le hacen caso, vayan, hablen y nosotros venimos inmediatamente. Nosotros hemos puesto parejos a policías, inspectores, taxistas, etc.". Un señor cometa, haciendo referencia a los

¹² Recorrido domiciliario, 9 de mayo de 1997.

estudiantes ebrios, que esos problemas no se han podido solucionar porque no hay unión, el candidato pide aprovechen ese momento y le den sus nombres y sus firmas para hacer un escrito al delegado quien, según él, es priísta y “ya nos ha hecho muchas” continúa diciendo: “ustedes vayan a la delegación Benito Juárez donde el delegado es panista y todo está bien, donde hay priístas no funciona nada. Vayan y expongan todo, seguridad, higiene y estos problemas, haciendo referencia a los estudiantes, para que no tengan ningún pleito al rato y acaben mal con esa gente”.²⁹

Las sugerencias o problemas que hacían las personas al candidato servía para que éste aprovechara la situación para mostrar preocupación y ofrecer una manera de solucionarlas, así como también, para hablar mal de otros partidos y del mismo sistema por no ocuparse de esos problemas y permitir que la población se arriesgue al tratar de solucionarlos por sí mismos. Al mismo tiempo, se mostraba comprensivo para alababa a su partido por su trabajo y por el interés puesto en las personas.

No obstante, todo este despliegue de recursos utilizados por del candidato para convencer a sus posibles electores, éste no logró que la gente se interesará más allá de los regalos y las posibles gestiones que pudiera realizar ya que, la mayoría de las veces fueron aprovechadas por las personas en su propio beneficio y, en el peor de los casos, no lograron interesar a la gente la cual siguió mostrando su indiferencia. Dicha indiferencia puede ser explicada con las observaciones hechas durante las campañas donde, haciendo un recuento y análisis general, se puede considerar que el comportamiento de las personas es producto del apegado a consideraciones como: las circunstancias, simpatía partidista, concepción de la política y de las campañas. Estas consideraciones sirvieron para que, primeramente, formaran una percepción de las campañas y, posteriormente, se comportaran de acuerdo a dicha percepción.

A pesar de la observación antes hecha, no es posible desligar el trabajo realizado por el candidato del comportamiento de las personas. Con mayor razón es importante observar, cómo las tácticas manejadas por el candidato fueron asimiladas por las personas provocando en ellos diferentes formas de actuar frente a él, a su vez, éstas nos pueden hablar de la percepción tanto del candidato como de las personas con las que tuvo contacto.

De esta manera, encontramos que el candidato utilizó la táctica de presentarse en las colonias pensando que, según comentarios hechos a las personas que visitó, esto tendría un mayor efecto: “yo soy el único candidato que está visitando casa por casa a los vecinos, les consta, he entrado a las vecindades, voten por alguien que conocen, no vote por alguien que no se ha tomado la molestia de venir a visitarlos”³⁰. En ocasiones dicha táctica tuvo los resultados que esperaba ya que obtenía, al menos verbalmente, el apoyo de los ciudadanos como lo muestra el siguiente recorrido que describimos:

Recorrido por la colonia del Prado:

El candidato comenzó el recorrido aproximadamente a las 12:00 hrs., Inició dando propaganda por debajo de las puertas ya que, en varias no abrían. La gente generalmente escucha muy atenta todo lo que dice el candidato pero, es poca la que le

²⁹ Reunión vecinal, 30 de mayo de 1997.

hace algún comentario o expresa su opinión. Incluso, durante el recorrido, el candidato se encuentra con gente muy amable que a la hora de despedirse y darse la vuelta rompen la propaganda. Un caso particular en la visita por las casas, una señora le dice al candidato: "ojalá ganen para que vengan a platicar con nosotros porque ya ve cuantos años y seguimos con lo mismo y nada de nada, parecemos unos borreguitos, haber si en esta no nos dan la orca directa" el candidato responde: "no, por eso vamos a luchar para que ahora sí se nos tome en cuenta", la señora continúa: "no voy a votar por partidos sino, por personas, la persona que me parezca más idónea y elocuente por ella voy a votar", el candidato, asegurando su voto, termina diciendo: "señora créame que va ha estar dignamente representada". Otra señora comentó, sin hacer ninguna referencia al partido, que el candidato le parecía una persona muy agradable y preparada pero, "para mí los partidos son como los pretendientes: puras promesa y mentiras". ²³

Estos comentarios hablan de la influencia de la presencia del candidato en las colonias, en estos casos, demostraba que sus tácticas tenían los efectos deseados. En lo que se refiere a las personas, para éstas les era significativa la presencia del candidato debido a que les permitía formarse una opinión de él. Como lo muestra el caso anterior, dicha opinión, generalmente, era a favor del candidato ya que, a pesar de no confiar en los partidos, su presencia les agradaba.

Aunque de momento, las personas se manifestaban complacidas al ver al candidato en sus casas, eso no fue suficiente. En ocasiones, también sabían aprovechar y manejar la situación para salir beneficiados con dicha visita, este comportamiento resultaba ser la otra cara de la moneda ya que, así como algunos les complacía la visita, a otros les daba la oportunidad de obtener o solicitar algún beneficio. Como lo muestra la siguiente situación:

Recorrido por la colonia Militar Marte:

Haciendo un recuento general de lo ocurrido en la colonia se puede observar que, a pesar de que los sondeos muestren que ésta es una colonia panista, el candidato no ha tenido la repuesta deseada de las personas. No ha encontrado a las personas en sus hogares y sólo ha podido dejar propaganda en los buzones o con la gente de servicio. Cuando encontró personas en las casas, la mayoría de ellos dijeron no tener tiempo de atenderlo. Hubo una señora que, primeramente, dijo no tener tiempo para platicar con él pero, posteriormente, salió para pedirle le dijera a Castillo Peraza que ya no estuviera de "vieja verdulera" y que se comportara a la altura. También sugiere si es

²³ Esta frase fue pronunciada durante el recorrido por la col. Américas Unidas, 24 de junio de 1997.

²⁴ Recorrido domiciliario, 14 de mayo de 1997.

posible les ayudaren a poner rejas de seguridad a las calles ya que, cerca de ahí se pone un tianguis que obstruye el paso de sus estacionamientos y, además, les dejaban basura. El candidato toma nota y promete ayudarles²³.

Recorrido por la colonia Nueva Santa Anita:

El recorrido se inicialmente se comienza sin la presencia del candidato, después de haber abarcado varias calles y repartir propaganda sin comentarios importantes de las personas llega el candidato para proseguir el recorrido. En la fila de las tortillas se encontró a un señor de 70 años aproximadamente, se le ofrece la propaganda y no la acepta diciendo: "no me interesa nada de ningún partido, yo nunca he votado". Más adelante, el candidato entra a un establecimiento de comida y comienza a charlar, a comentar sus propuestas, a criticar al PRI y, finalmente, a manifestar la necesidad de un cambio. La persona que atendía el negocio compromete su voto y dice: "pero no se olvide de nosotros cuando esté allá arriba", comenta vivir en uno de los departamentos donde está instalado el negocio y que se encuentran en muy malas condiciones y el dueño no hace caso, el candidato ofrece ayudarlos y les da su tarjeta para que posteriormente lo busquen. ²⁴

En estas ocasiones era cuando las personas mostraban sus intereses, intereses que no necesariamente tenían que ver con el proyecto de partido sino, con la posibilidad de obtener apoyo. En estos el candidato no le quedaba más opción que mostrarse dispuesto a ayudarlos a cambio del voto. El primer caso presentado es interesante porque se muestra cómo las personas asimilaban la presencia del candidato, en un primer instante eran renuentes a su visita pero, inmediatamente, cuando veían la posibilidad de solucionar algún problema, accedían a atenderlo. Es en este momento donde se presenta otra característica del comportamiento de las personas, se trata de la forma de negociar o intercambiar su demanda por el apoyo al partido. En ambos casos se observa, cómo antes de hacer su solicitud, las personas se muestran interesadas en el candidato o partido empeñándole el voto. Esto nos muestra la idea que se tiene acerca de cómo obtener beneficios de los partidos o campañas, en este caso, el otorgar su voto y, en ocasiones, el de su familia les da la posibilidad de solucionar alguna de sus demandas.

El interés de las personas por conocer a su candidato fue un fenómeno que constantemente se ponía en duda ya que, si no era por los regalos o el ofrecimiento a resolver demandas la gente no se veía atraída. Esto se puede constatar con situaciones como las siguientes:

Reunión vecinal Barrio de Santiago:

Después de haber realizado el recorrido del día, el candidato acudió a una reunión vecinal programada para las 19:00 hrs, El candidato empezó a platicar con las

²³ Recorrido domiciliario, 23 de mayo de 1997.

²⁴ Recorrido domiciliario, 27 de mayo de 1997.

personas que habían acudido (3 señoras, dos jóvenes y 3 niños,) acerca de la seguridad, del empleo, del “derramamiento de dinero” del PRI, de la “partida secreta del presidente”. Mientras el candidato exponía éstas ideas, el coordinador de campaña se notaba preocupado por la poca asistencia y pide a los brigadistas salgan a realizar un perifoneo para invitar a los vecinos del lugar. El candidato continua hablando con las personas y dice: “tenemos un PRI rico y un pueblo pobre, a ellos nunca les falta nada y a nosotros si, hay muchas cosas que debemos cambiar”, una señora lo interrumpe para decirle: “eso ya lo sabemos, pero cuando”, para contestar el candidato se refiere a que el PRI en el congreso impide todo y mientras la gente los siga apoyando pueden convertirse “ en una bola de nieve que se nos venga encima”. Faltaban 15 minutos para las 20:00 hrs. Y eran 8 personas las que escuchaban al candidato quien seguía hablando de la necesidad de “políticas buenas ”, de una participación política por parte de la ciudadanía. Después de terminar su discurso el candidato pide que la gente expresara sus dudas, quejas o si desean alguna cita, al mismo tiempo aclara que es el único candidato que vive en la colonia y lo que deje de hacer por ellos lo deja de hacer por él, que no vive en las Lonas ni es del grupo Atlacomulco “no soy gente que se sube a un ladrillo y se marea, no tengo porque esconderme soy su vecino”. Las personas plantearon sus inquietudes relacionadas principalmente con problemas inmediatos como: la venta de cerveza a jóvenes de una escuela y jóvenes que se drogan dentro de una unidad habitacional. Ante esta problemática el candidato les pide sus datos para enviar un escrito a la delegación, las personas expresan sentir temor de hacerlo y, ante esa actitud, él dice que no son necesarios sus firmas ya que, el escrito será enviado a nombre del partido. Una persona pregunta sobre la supuesta venta de PEMEX y el candidato contesta que no está de acuerdo en su venta ya que, se deben vender las empresas que no rindan beneficios. Finalmente, otra señora pregunta acerca de las propuestas para los profesores y el candidato manifiesta que los maestros necesitan madurar como sindicato independiente y no estar bajo la sombra de líderes que sólo se benefician ellos. La reunión termina con la asistencia de 13 personas. ²⁹

Unidad Fuentes de Santa Anita:

²⁹ Reunión vecinal, 30 de mayo de 1997.

Como al día siguiente se celebra el día de las madres, el candidato preparó un evento donde el principal regalo es una sala. El evento se programó para las 1900 hrs. Los brigadistas salieron con media hora de anticipación para hacer los preparativos correspondientes. Cuando el candidato llegó al lugar había aproximadamente, entre mujeres y niños, 18 personas. El candidato, al observar el número de gente, pide a los brigadistas vayan a tocar las puertas para comunicarles que se realizará la rifa de una sala y agrega: "ya verán como la gente baja y se quedará por la sala, ahorita van a ver". El sonido de la camioneta del partido tocaba música tropical, eran casi las 20:00 hrs., después de una pequeña llovizna, el número de personas se incrementa a aproximadamente 40 y siguen llegando, las personas se mantienen dispersas, se empieza a repartir volantes, plumas, rosas artificiales y los boletos para la rifa de la sala, las personas hacen una fila para recibirlos, incluso, hay señoras que se forman doble vez. Mientras tanto, el candidato saluda y platica con las personas. Después de terminar de repartir los regalos y los boletos, una persona pide la atención de las personas para que conozcan y escuchen al candidato. Éste empieza su discurso donde habla de las autoridades, "del compadrazgo y padrinzago que rige a nuestras autoridades", de los derechos de las mujeres, del "buen trabajo" que han realizado los gobernadores del PAN y, finaliza diciendo: "este 6 de julio no se dejen chantajear, no se dejen espantar, no dejen que los obliguen, voten por candidatos con consciencia como ustedes, no por los tradicionales, surgimos de la sociedad no nos creo el gobierno. Que dios bendiga a las madres mexicanas que van a votar y van a quitar al PRI". Termina y se dejan escuchar los aplausos y se da paso a la rifa de la sala, el número de gente ya era de 70 a 80 personas que se mostraban muy emocionadas. Se decide que el número ganador será el décimo boleto que se saque del contenedor. Se inicia la rifa y las madres descalificadas se les entrega una bolsa del mandado con el logotipo del PAN, al llegar al boleto número 10 resulta ser una joven la ganadora. Las señoras empiezan a protestar porque solo estaban participando las madres de familia, ante esto, se saca otro boleto y la señora afortunada acude, muy emocionada, a recibir su premio y dar las gracias al candidato, éste le dice que no tiene porque agradecerle ya que, "es un regalo que ustedes mismas están pagando", la señor no puede evitar llorar. Al terminar el evento, un joven se acerca al candidato para preguntarle de sus propuestas, el candidato regresa e inicia otro discurso dando sus propuestas sobre

empleo, educación, el IVA y la atención a sectores sociales. El evento concluye a las 21:00 hrs., el candidato se retira del lugar y los brigadistas se quedan a recoger la propaganda que las personas tiraron.²⁶

Durante la investigación este tipo de situaciones se convertían en un aspecto de vital importancia porque se podía observar la función que otorgaron a los obsequios tanto los candidatos como las personas y, al mismo tiempo, si dicha función cumplía las propiedades otorgadas. Por un lado, el candidato, al considerar por su actuar, utilizaba los regalos para atraer a las personas y, por otro lado, las personas eran persuadidas para acudir a los llamados en busca de los obsequios ofrecidos. Como se puede constatar, en este sentido los regalos cumplían una de sus funciones: atraer al posible electorado. Es importante aclarar que dichos eventos atraían, interesaban y emocionaban a las personas pero, a juzgar por el ejemplo presentado, esas emociones no lograban convencer ni generaban ese tipo de interés que involucrara el conocimiento más a fondo del partido, muestra de esto son las propagandas tiradas después de dichos eventos.

El interés de las personas y la función de los regalos es un aspecto que se puede comprobar o contrastar con reuniones, como la anteriormente presentada, donde los regalos no fueron motivo de reunión y donde, consecuentemente, las personas que acudían no era la que el candidato esperaba o deseaba reunir. El número de personas que asistía era una muestra de la apatía del electorado. En estos casos era cuando la relación candidato - electorado mostraba el imaginario de ambas partes, imaginario que sacaba a relucir la búsqueda de beneficios muy particulares. El grupo de personas acudía a exponer sus necesidades inmediatas o cuestiones muy concretas y, por su parte, el candidato acudía a pedir el voto a cambio del ofrecimiento de resolver dichas necesidades.

La indiferencia de las personas, hacía los partidos en general y hacía el PAN en particular, se dio de varias formas que iban desde la amabilidad mostrada al candidato hasta el enojo y la falta de credibilidad en las elecciones. La amabilidad mostrada al candidato dejaban notar una noción acerca de la políticas y el partido en general que iba más allá de dicha amabilidad. Ese comportamiento donde se daba el apoyo al partido concretamente, era una simpatía al partido donde la persona del candidato no se tomaba en cuenta y las propuestas del partido también era relegadas. La indiferencia que se mostraba en éstos casos puede ser ejemplificada en el siguiente recorrido:

Recorrido por la colonia Viaducto Piedad:

En este recorrido varia gente se mostró como simpatizante del PAN comprometiendo su voto con el candidato, tal fue el caso de una señora y su hijo quienes, iban llegando a su hogar después de hacer las compras, el candidato los aborda inmediatamente y se presenta, la señora se muestra amable con el candidato y le dice ser simpatizante del PAN y que ojalá obtuviera la victoria este 6 de julio. Ante la insistencia del candidato el joven acepta ser representante de casilla. Continuando el recorrido, a la hora de la salida de los niños de una primaria, el candidato se acerca para platicar con las señoras que se encontraban ahí y regalarles unas rosas que habían sobrado del día de las

²⁶ Festival artístico, col. Campamento 2 de octubre, 21 de junio de 1997.

madres, ellas se acercaron para que le diera su flor, propagandas y una calcomanía y, al mismo tiempo, les habla de sus propuestas y la necesidad de un cambio, algunas manifestaron su apoyo al candidato pero, comentaron, esperaban que cumpliera su palabra de regresar a la colonia.²²

En estos casos la indiferencia era disfrazada con una simpatía al partido pero, sin importar lo que propusiera para el distrito que representaría, se mostraba con la falta de comentarios hacia el candidato con el poco interés puesto en conocer a la persona que le representaría. La simpatía se daba por hecho sin poder conocer qué le motivaba a esa clase de personas a votar por ese partido, la pregunta: ¿de dónde les viene esa simpatía? quedaba en el aire.

Existieron otros casos donde el enojo de las personas se mostraba con aire de desilusión por los problemas económicos del país y las pocas alternativas que quedaban les quedaban para que se solucionaran. Esta forma de ver la situación del país se reflejaba en forma de reclamo:

Recorrido por la colonia Nativitas:

Empezó el recorrido y un transeúnte le dijo al candidato: “yo ya no creo en nada, el PRI ya está muerto y con respecto a Cárdenas, tiene derecho a cambiar, hay que darle una oportunidad no en vano la gente ha creído y lo ha seguido, por algo ha de ser”, el candidato dice: “vota por mi señor, le aseguro que va a estar dignamente representado”, el señor prosigue: “necesitamos un cambio y un equilibrio dentro de la cámara de diputados, tanto del PRD, PAN y otros partidos y minorizar el partido que ha estado en el poder”, el candidato termina diciendo: “estoy de acuerdo con usted, por eso déme su voto este 6 de julio”, el señor sonríe y se despide amablemente. En el camino hacia otra casa se encuentra con unas señoras que le dicen que hay muchos problemas económicos en el país, el candidato le contesta: “toda la problemática que existe necesita una solución social integral”, las señoras continúan reclamando: “cuando vienen los candidatos siempre nos dicen lo mismo y pasan sexenios y nunca cambia nada”, el candidato responde: “en los cuatro estados que gobierna el PAN se han creado más empleos que en todos los demás juntos” la señora dice: “hay veces que uno se hace escéptico a tantas cosas, hay tanto engaño que uno ya ni sabe qué es mejor, pero por cualquier partido menos por el PRI, ya estamos hartos, estamos desesperados, desilusionados, sabe por qué, porque se quedó sin trabajo mi esposo y mi hijo los dos tienen carrera entonces, por qué no les dan la oportunidad”, el candidato termina diciendo: “el mismo coraje que usted siente lo siento yo, yo soy un

²² Recorrido domiciliario, 30 de mayo de 1997.

ciudadano más como usted, soy de origen árabe, soy comerciante no estoy atrás de un escritorio sé lo que es ganarse un peso, no soy el político que está detrás de un escritorio esperando la quincena y esperando agarrar hueso, por eso le pide reflexione su voto y vote por el PAN”, las señoras se despiden. Más adelante se encuentra con un joven que le pregunta acerca de los ambulantes, el candidato le contesta que éstos serán reubicados porque también tienen necesidades, y le pregunta al joven si simpatiza con algún partido, est le contesta que no “mas bien con quien nos ayude a las necesidades que tenemos” el candidato se despide y continúa su recorrido.²⁹

Extrayendo los comentarios más relevante: “yo ya no creo en nada”, “cuando vienen los candidatos siempre nos dicen lo mismo, pasan sexenios y nunca cambia nada”; “por cualquier partido menos el PRI”; “minorizar el partido que ha estado en el poder” “con quien nos ayude a las necesidades que tenemos”. Estas frases nos muestran otro aspecto dentro del comportamiento de las personas que tiene que ver con la preocupación, enojo y desconfianza en el sistema. Si se trata de buscar la razón que ha generado ese sentimiento en la población podremos encontrar que una de ellas es la falta de un líder político que éste dispuesto a atender a dicha población que, con comentarios como los anteriores, reflejan sentir ese abandono del gobierno que ya no atiende “nuestras necesidades”.

Como lo muestra el ejemplo anterior, La primer platica que sostiene el candidato da cuenta del coraje hacía un partido concretamente pero, al mismo tiempo, da cuenta de la esperanza en que esa situación cambie, al culpar al gobierno y al partido de los problemas del país, consecuentemente, se encuentra la solución a dichos problemas: cambiar al gobierno y partido, es ahí también donde surge la esperanza en mejorar las cosas

En lo que se refiere a la platica que se sostiene con las señoras, éstas, al igual que el primer caso, reclaman por los problemas del país. La diferencia entre uno y otro caso es el manejo de la situación, en ambos casos hay un descontento hacía el sistema político pero, en el caso de las señoras, éstas llevan la charla o queja de un ámbito global a uno particular, inician quejándose por la forma en que los candidatos han engañado a la sociedad en la búsqueda del voto, se ha generado un ambiente de desconfianza hacia ellos, su problema concluye cuando terminan hablando de problemas muy personales. Lo cual nos hace pensar acerca de la noción que se tiene de un buen gobierno que, según lo anterior, por un lado, un buen gobierno empieza por el bien particular y por la búsqueda de solución a problemas muy concretos y, por otro lado, que los proyectos a nivel comunidad o nación son delegados y carecen de importancia cuando el problema principal es a nivel núcleo familiar.

El voto se razona de lo particular a lo general, al otorgar su voto piensan solo en un bien particular. Esto aunado con la queja del abandono del gobierno y la falta de información acerca de la función de los candidatos ha provocado que el o los candidatos sean conceptualizados como un vínculo entre el gobierno y la población. Este tipo de comportamiento en las personas constantemente se vuelve solapado por el candidato quien, en la búsqueda del voto, como lo muestra el caso anterior, antes esas quejas se presentaba comprensivo y preocupado por padecer esos mismos problemas “ el mismo coraje que usted siente lo siento, yo soy un ciudadano más como usted...”.

Pero también existieron ocasiones en las que ese mismo coraje se veía volcado en un conformismo:

²⁹ Recomendado domiciliario, 16 de mayo de 1997.

Recorrido por la colonia San Simón:

Hoy, en comparación con otros días, el candidato se veía más preocupado, tal vez, porque era el último día de campaña y quería aprovecharlo al máximo. Este día fue característico porque platicó menos tiempo con la gente. En el recorrido se encuentra con unas señoras que tienen en su casa propaganda del PRI, una de ellas le dice al candidato: "queremos que haya un cambio pero la verdad es que si cambiamos de partido nos va peor", otra señora comenta, haciendo referencia a todos los partidos: "la verdad es que todos quieren enriquecerse a costillas del pueblo". El candidato contesta: "sí, desgraciadamente siempre ha sido así, pero yo señora, (refiriéndose a la presidencia) yo no puedo llegar lejos además, yo no pienso hacer carrera política, lo que me interesa es devolverle a mi patria un poquito de lo que me ha dado por eso estamos aquí al pie del cañón tocando casa por casa".²⁹

Este caso nos muestra cómo el ser partidario de algún partido no necesariamente tiene que ver con un compromiso de fondo que involucre el pleno convencimiento de que es la mejor opción. Esto nos está señalando otro tipo de apego al partido, apego que tiene que ver con la resignación y temor que impide que algunas personas busquen otras alternativas, se habla de la necesidad de un cambio pero, al mismo tiempo, de la falta de opciones. Se ve la necesidad de un cambio y, contradictoriamente, un descontento con el mismo partido que apoyan dándole su voto, las razones de fondo que mueven a estas personas a actuar de esa manera no se pueden concluir pero su comportamiento se puede considerar como el reflejo de un conformismo ante la falta de opciones.

En la campaña el comportamiento de las personas pueden clasificarse en cuatro tipos. En primer lugar, donde se veía interés o apoyo reflejado en consejos acerca de cómo llevar una mejor campaña o en frases como: "ojalá gane su partido". En segundo lugar, aquellos donde expresaban su desconfianza en frases como: "solo se acuerdan de nosotros cuando quieren el voto" o "no se olvide de nosotros cuando esté allá arriba". En tercer lugar, cuando expresaban enojo hacia el sistema político el cual, consideraban, era el culpable de su situación económica y porque no veían ningún cambio que beneficiara al país. En cuarto lugar, donde había indiferencia y expresaban no confiar en ningún partido, no se interesaban por la propaganda y lo único que querían era que ganara cualquier otro partido que no fuera el PRI.

Otro punto importante observado durante la campaña y que debe resaltarse debido a constancia es: el comportamiento adoptado por las personas ante los regalos que les llevaban los candidatos. Esta campaña se caracterizó por los pocos y costosos regalos que hacían, durante sus recorridos en las colonias la gente se llegó a quejar por los regalos "pequeños" que les daban, sin embargo no estaban dispuestos a despreciarlos y los recibían por pequeños que fueran. Parecer ser que el partido se reservaba sus mejores regalos para los festivales que organizaban ya que, donde llegaban a regalar, por medio de rifas, salas o antecomedores, era característico que aunque se les avisara anticipadamente con propaganda acerca del evento la gente no acudieran, ante estos casos el candidato se veía en la necesidad de mandar a sus ayudantes a que salieran a las calles con alta voces para recordar el evento y

²⁹ Recorrido domiciliario, 2 de julio de 1997.

mencionar la rifa que se organizaría. Ante esta táctica la gente respondía positivamente, como el candidato esperaba, y la gente comenzaba a llegar aunque las condiciones climáticas no fueran muy favorables. En estas ocasiones lo que el candidato dijera no les importaba mucho, en su comportamiento dejaban ver cierta impaciencia porque comenzaran a rifar los regalos "grandes".

Haciendo un recuento de la campaña se puede observar que en la relación que entablaron candidato y votantes, ambas partes los instrumentos que tuvieron a la mano para tratar de sacar un beneficio de las campañas. Por un lado el candidato trato de infundir confianza en la gente apareciendo como una persona interesada en lo que le pasaba a la gente. Por su parte las personas aprovecharon esa oportunidad para intentar que éste les resolviera o les diera algo, a cambio de su voto. No les interesó informarse si el partido era o no una buena opción, la propaganda no era importante ni tampoco lo fue cuestionar al candidato, únicamente les preocupó exponer sus problemas muy concretos para tratar de que se los resolvieran y recibir los regalos que traían.

Capítulo 2 Campaña del Partido de la Revolución Democrática.

El PRD tuvo como candidato a diputado federal por este distrito a uno de sus fundadores que se presentó ante sus posibles electores como "un hombre comprometido con la búsqueda de la democracia, la libertad y la justicia social para todos los mexicanos. Nació en el D. F. en 1943, dentro de la política se ha dado conocer por el papel que ha desempeñado en la resolución del conflicto en Chiapas, ha sido integrante del Comité Ejecutivo Nacional del PRD (1995-1996) y Diputado en la IV legislatura. Doctor en Antropología y se ha desempeñado como profesor de la Universidad Autónoma Metropolitana, de la Universidad de Minnesota en Estados Unidos, fue director de la Escuela Nacional de Antropología e Historia y, actualmente, es investigador del INAH y miembro del Sistema Nacional de Investigadores.²⁹

La campaña de este candidato se caracterizó por un escaso manejo de recursos tanto materiales como humanos. En lo referente a los recursos materiales, como lo fueron el despliegue de regalos y la organización de eventos para complacer a las personas, fue muy limitado. Por un lado, durante los recorridos solo en casos especiales, dependiendo de la zona visitada, se repartieron obsequios como: gomas, gorras o playeras, lo más importante para los organizadores de esta campaña fue buscar el contacto directo con las personas sin interesar la entrega de algún presente. Por otro lado, los eventos artísticos o culturales en realidad fueron escasos, las únicas ocasiones que se buscó reunir a un número mayor de personas fueron los cierres de campaña realizados dentro del distrito electoral. Dichos cierres se organizaron sin la presentación de algún tipo de espectáculo, por lo general, sólo se realizó la presentación del candidato y alguna de sus propuestas sin que existiera la presentación de algún tipo de espectáculo que sirviera de atracción para las personas, el único caso especial fue el cierre de campaña en la explanada de la delegación del distrito donde la figura principal del evento fue la presencia Cuahutémoc Cárdenas.

En cuanto a los recursos humanos, el equipo de trabajo del candidato estuvo conformado por quince personas aproximadamente, quienes se distribuyeron el trabajo para colocar la propaganda en las calles, acudir a los distintos recorridos por las colonias, y repartir casa por casa los volantes con la información acerca del candidato. Dentro de este equipo de trabajo el principal apoyo para el candidato fueron sus dos hijos quienes desempeñaron diferentes funciones como: coordinadores de campaña, representantes en eventos programados donde el candidato no podía asistir por atender asuntos relacionados con su campaña o por problemas de salud, y como supervisores de las personas en recorridos y colocación de la propaganda en las calles.

El trabajo de campo realizado durante las campañas electorales mostró que el contacto con líderes de colonia capaces de movilizar a un número mayor de personas resultaba ser de gran ayuda para cualquier partido o candidato. El caso del PRD no fue la excepción, la observación dentro de este partido mostró las dificultades que tuvo que enfrentar el candidato de este distrito electoral por no poder acceder a dicha ayuda: los recorridos por las colonias los realizó con las pocas personas a su disposición sintiendo, en ocasiones, cierto temor de entrar en las colonias por no tener contactos con líderes o personas que pudieran apoyarle para lograr un mejor acercamiento con las personas. En estas circunstancias, se vio en la necesidad de trabajar con los pocos medios que tuvo a su disposición en los recorridos por las colonias y las visitas domiciliarias realizadas junto con las personas que laboraban en su comité. Dichas personas desconocían las colonias y, por lo general, realizaban los recorridos visitando las casas y repartiendo la propaganda sin que tuvieran algún otro tipo de compromiso con el candidato o partido.

²⁹ Esta información fue obtenida de los trípticos que se repartieron en el distrito durante la campaña.

Bajo esas circunstancias, la única persona que podía dar su apoyo al candidato era la candidata a diputada local del distrito 18. Ambos competían en la misma región con la diferencia de que la candidata, por habitar dentro del distrito y encabezar un movimiento de inquilinos dentro de él, conocía mejor la zona y sus colonias. Su trabajo dentro de dicho movimiento le facilitó y le dio la oportunidad de conocer, tratar y reunir a un número mayor de seguidores que, como ella, en un determinado momento, lucharon por los mismos objetivos: obtener vivienda y que ahora estaban dispuestas a apoyarla en la campaña electoral como una forma de agradecerle los favores hechos para que obtuvieran su vivienda y, además, en la búsqueda de otros beneficios.

Los contactos o redes sociales que para la candidata a diputada local se le facilitaron para el candidato a diputado federal fueron difíciles de aprovechar debido al poco compañerismo que existía entre ambos equipos de trabajo. Esta falta de compañerismo se atribuía a la mala imagen que se había creado la candidata dentro del partido por las demandas que tenía por malversación de fondos y otras cuestiones, en ocasiones, personales. La conversación sostenida con la suplente del candidato a diputado federal muestra la opinión que algunos tenían de ella:

La conversación se inicia con el comentario de la suplente de que existen varios problemas dentro del equipo de trabajo del distrito, menciona que la candidata a diputada local es una persona poco respetada por la gente de su distrito y la que apoya al candidato a diputado federal pues la consideran "una persona trcalera y conflictiva", le preguntan por qué y contesta que porque había hecho un fraude para que eligieran como candidato a diputado local de otro distrito "a su amante", la suplente no se explica como logró dicho fraude y aclara que lo único que sabe es que tiene fuertes contactos en el PRD, además menciona que por dicho fraude ella y "su amante" tienen una demanda en la comisión de garantías y vigilancia. ²¹

Las dificultades entre los dos equipos de trabajo se dejaban ver en las ocasiones en que por casualidad se encontraban en una zona y se veían en la necesidad de coordinarse para realizar el recorrido, fue muy común que surgieran los conflictos entre ambas partes debido a que no estaban de acuerdo con la forma de trabajo del otro equipo, como lo muestra la situación que se presentó durante el recorrido por la colonia Santa Anita:

El recorrido se hace con el apoyo de los brigadistas de la candidata a diputada local, esto con la finalidad de acabar por completo el recorrido por esa sección. El candidato dividió a la gente para poder abarcar más calles en menos tiempo, el total del grupo es de 40 personas. Posteriormente, se inicia el recorrido tocando, repartiendo la propaganda y platicando con las personas interesadas en las propuestas del candidato o en exponer algún problema. El recorrido se termina rápido debido al grupo tan numeroso pero, provoca cierto descontento en el hijo del candidato quien se muestra

²¹ Conversación sostenida con la suplente del candidato a diputado federal después de un recorrido domiciliario, 20 de mayo de 1997.

Error

An error occurred while processing this page. See the system log for more details.

a realizar un cambio en todos los aspectos pero poco a poco no crea que de la noche a la mañana". Finalmente, la señora responde, "eso esperamos de ustedes".³³

Barrio de Santa Cruz:

Después de organizado el equipo se emprendió el recorrido. Durante las visitas las personas se mostraron indecisas para otorgar su voto, comentaban al candidato que solo se acercaban a ellos cuando necesitaban del voto del pueblo y que "toda esa bola de mentiras y promesas" que les hacían se les olvidaba cuando subían al poder, el candidato contestaba que él no era de esos falsos profetas que solo venían a convencer a la gente en tiempos de elección, sino que el todo lo que hacía era por convicción porque creía en ese cambio para la ciudadanía, un cambio donde se dieran los resultados para todos y no donde se diera el bienestar para una sola familia como lo venía manejando el presidente de la república.³⁴

Este tipo de pláticas que se sostenían con la gente que lograba interesarse, le servían al candidato para desligarse de las prácticas realizadas por las personas que ostentan el poder y que la población descalificaba expresando su enojo como un reclamo. Además, le daban la oportunidad de mostrarse ante ellos preocupado por los grandes problemas que aquejaban al país y consciente de que no sería fácil acabar con dichos problemas. También le serviría para que el electorado se convenciera de que él sabía de la responsabilidad que podría caer en sus manos y, a pesar de eso, no esperaba gratificaciones monetarias sino, sólo la tranquilidad de saberse trabajando para la sociedad porque él creía que podía haber un cambio para toda la ciudadanía.

Segundo, se benefició del empleo de un discurso democratizador, donde proponía transformar a la sociedad para que todos participaran en la lucha de sus intereses. En sus recorridos su discurso constantemente hizo énfasis en la necesidad que había en el país de un cambio a la democracia, y de "un gobierno para todos", proponía un gobierno donde todos participaran y nombraba a su partido como el único capaz de representar los intereses del pueblo. Como lo muestran los siguientes casos durante el recorrido por el barrio de Santa Cruz:

Conversación entre el candidato y una señora:

Un brigadista del partido se presenta ante una señora y le ofrece la propaganda del partido, ésta le contesta que mejor le gustaría conocer al candidato, (en esos momentos el candidato no se encuentra) el brigadista le dice que en unos momentos el candidato vendrá a saludarla. La señora se muestra desconfiada y burlescamente

³³ Recorrido domiciliario, 11 de junio de 1997.

³⁴ Este día el recorrido se tenía programado para la Unidad Infonavit Iztacalco pero, como táctica, se decidió cambiar a esta zona debido a que las estadísticas mostraban una igualdad de porcentaje entre los candidatos a jefes de gobierno del PRI y PRD. 22 de mayo de 1997.

contesta: "joven, usted cree que el señor se tome la molestia de venir a saludarme a mí que ni me conoce", él le dice que sí lo hará porque el candidato está interesado en conocer los problemas que aquejan a su distrito. Ella, no convencida, menciona que si en verdad estuviera interesado, vendría personalmente y no los mandaría a repartir sus papeles. Más tarde, llega el candidato y el brigadista le comentan el caso de la señora, él le pide lo lleve con ella para comprobarle que sí visita a la gente. Al llegar a la casa de la señora, ésta se sorprende y pide disculpas por no haber creído en ellos, el candidato le dice que tenía razón en no creer en las palabras de los candidatos pero, aclara que los del PRD son personas que quieren mantener un acercamiento con la ciudadanía para saber de sus problemas y juntos tratar de resolverlos, la señora le pide que si él y su partido ganan cumplan con su palabra como lo hicieron en ese momento, el candidato contesta: "mi partido y yo queremos que la ciudadanía vuelva a creer en sus gobernantes y en sus propuestas, por eso trato de conocer los problemas que les rodean para que tanto mi partido como ustedes, hagamos un programa de desarrollo para el bienestar de la comunidad". Por último, la señora dice: "creeré en usted y en su partido".³³

Principales problemas expuestos al candidato:

Durante este recorrido uno de los principales problemas con los que se encuentra el candidato es la delincuencia desatada en el barrio por la culpa de los paracaidistas que llegaron a habitar el Campamento 2 de octubre (colonia aledaña al barrio) ya que, según comentarios de las personas, no pueden salir de sus casas porque están expuestos a ser robados o maltratados por los vagos que se encuentran en cada esquina; el candidato al escuchar este tipo de quejas les dice que su partido esta dispuesto a combatir la delincuencia desde la raíz, es decir, "acabar con ese paternalismo" que el mismo gobierno ha implantado en nuestra sociedad, también les propone organizar un programa de desarrollo cultural y socioeconómico con la finalidad de que se den oportunidades a los jóvenes y no caigan en vicios, después de esto les pide lean su propaganda para que conozcan su propuesta. Por último, les pide: "reflexionen su voto por un cambio, un cambio que se puede dar si el próximo 6 de

³³ Recorrido domiciliario, 22 de mayo de 1997.

julio salen a votar por el PRD ya que, es el único partido que puede representar los intereses populares del pueblo mexicano”.²⁶

Este discurso era frecuentemente mencionado a las personas interesadas en los planteamientos del partido y proponía la resolución de los problemas de la ciudadanía con la participación de todos. Manejaba un compromiso donde todos participarían, primero, dando su voto para el partido y, luego, apoyando y colaborando con ellos en la elaboración de programas que ayudaran a las personas que así lo solicitaran. Es importante aclarar que dicho discurso dejaba implícita que los problemas expuestos se les daría resolución a largo plazo éstos sólo serían tratados si el partido ganaba. Esta idea puede ser ejemplificada en los siguientes casos:

Recorrido por la Unidad Habitacional INFONAVIT Iztacalco:

En esta unidad los brigadistas tocan puertas y presentan al candidato diciendo que esta ahí para que lo conozcan y le planteen sus problemas. El candidato se acerca y los invita a votar el 6 de julio para que se dé el cambio que necesita la ciudadanía, resaltando que ese cambio debe ser por el PRD. Dentro de las pláticas entabladas con los habitantes de la unidad es característica la de un señor que se queja por la falta de mantenimiento de los tanques estacionarios los cuales en cualquier momento podrían provocar una desgracia, el candidato, al escuchar estos problemas que, en lo general, eran la queja común de todos los vecinos del lugar, los invita a votar por su partido en el próximo proceso electoral para que después se dé solución a esos problemas, además les propone que si gana en los próximos comicios electorales, pondrá a su disposición una casa de atención al público con la finalidad de apoyar y solucionar los problemas de los habitantes del distrito.²⁷

Recorrido por la colonia Independencia:

El plan de trabajo es visitar a las personas y presentar al candidato diciendo que se encuentra ahí para saludarlos y entablar una charla con ellos para que conozcan sus propuestas. Durante el recorrido el candidato se dedica a pedir el voto de las personas para el PRD “para que en verdad se dé ese cambio”, menciona que una de sus propuestas para la ciudadanía es abrir una oficina pública de atención gratuita para brindar apoyo a las personas del distrito en cuestión de gestoría. Una señora, al escuchar dicha propuesta lo felicita y le dice: “cuenta con mi apoyo”, el candidato da

²⁶ Recorrido domiciliario, 22 de mayo de 1997.

²⁷ Recorrido domiciliario, 20 de mayo de 1997.

las gracias y le ofrece como regalo una goma; ella, burlescamente, dice: "esto es para borrar el pasado del país y empezar a escribir un nuevo capítulo con ustedes".³⁹

Estos ejemplos, útiles para mostrar la forma de trabajo y tipo de discurso, sirven también para ilustrar otra de la tercer táctica del candidato: la negociación del voto. Si bien es cierto, se abstuvo de repartir obsequios a gran escala, también es cierto que dentro de su campaña la negociación del voto fue una práctica que no dejó de ser utilizada como una forma de ganar adeptos al partido. A pesar de criticar dicha práctica en ocasiones por considerarla como un chantaje para convencer a las personas, el candidato no la dejó de lado y la usó para acercarse a la gente diciendo que estaba ahí para que le expusieran sus problemas y, juntos, darles solución. El candidato escuchaba con la debida atención lo que tuvieran que exponerle para, posteriormente, ofrecer su resolución a cambio de otorgar su voto al partido que representaba.

Es importante resaltar que, a pesar de practicar la negociación del voto, el candidato poseía una característica que lo diferenciaba de los demás candidatos o partidos. El tipo de negociación que realizó se dirigió a dos ámbitos. El primero se trató de una oferta a largo plazo donde, como se observa en los casos antes expuestos, el candidato no se comprometía a resolver nada antes de las elecciones, quedando condicionadas las peticiones a la espera de que favorecieran al partido o candidato con el voto. El segundo estuvo dirigido al ofrecimiento de instalar una casa de atención ciudadana o de gestoría al servicio de las personas que habitaban dentro del distrito, constantemente mencionaba que sólo si ganaba su partido él se comprometía a abrir oficinas de gestoría donde ellos pudieran exponer sus problemas, dejando implícita la idea de que en sus en sus manos estaba tomar la decisión.

Es importante resaltar que también existieron otras tácticas que se les consideró circunstanciales por ser utilizadas en casos específicos. Tal es el caso de los discursos situacionales o aquellos donde al candidato se le presentaba la oportunidad de criticar a los demás partidos. Ambos discursos pueden ser ejemplificados en los siguientes casos:

Recorrido por la colonia Independencia:

Durante este recorrido el candidato se acerca a un grupo de policías auxiliares que vigilaban las calles, para decirles que no estaba de acuerdo con la militarización que el gobierno estaba haciendo al cuerpo policiaco ya que, la policía no debía tener ningún vínculo o relación con el ejército porque eso significaría un cierto poder sobre la ciudadanía que no les corresponde, enfatizó que su propuesta y la de su partido era que la policía tuviera una mayor educación y representabilidad, propuso una mejor organización interna para terminar con ese desprestigio ante la ciudadanía, los policías lo escucharon y estuvieron de acuerdo e incluso le dijeron que gente como él era lo que necesitaba el país. Otro caso característico del recorrido fue la platica que sostuvo con el dueño de una pequeña empresa quien le comentó que era panista pero Castillo Peraza lo tenía muy decepcionado porque "parece vieja de vecindad", el candidato

³⁹ Recorrido domiciliario, 13 de junio de 1997.

contribuyó a su malestar diciendo que no era viable que se diera información de forma ilícita acerca de la fortuna de Cárdenas, termina haciendo una pregunta: “¿usted cree que si Cárdenas hubiera actuado de forma irresponsable, la gente hubiera votado por él en Michoacán?”, para finalizar, le propone estudiar las propuestas del PRD.³⁹

Recorrido por la colonia Alamos:

Durante el recorrido el candidato llega a visitar a los dueños de pequeñas o medianas empresas a quienes les menciona que dentro de las propuestas del PRD esta la de mantener e impulsar a este tipo de empresas ya que, son una fuente de trabajo para los habitantes del país, aclara: no como el PRI y el PAN que no les interesa impulsarlas ya que, ellos solo impulsan el gran capital, termina diciendo, “por eso no se olviden de ir a votar por el partido que si los acepta como son, cruce este 6 de julio las boletas a favor del PRD”.⁴⁰

Estas charlas nos hacen notar que dentro de la organización general de la campaña existía también un espacio informal que el candidato podía aprovechar para lograr mejores resultados ya que, le permitía el manejo de las circunstancias de acuerdo a su conveniencia para lograr convencer a las personas de que él representaba la mejor opción.

Las situaciones como las anteriormente presentadas daban al candidato la oportunidad de preparar al instante los discursos que debía utilizar para, si las personas se mostraban indecisas, tratar de que se inclinaran hacia su partido. En ocasiones el discurso dependía de las opiniones que las personas tenían de algún partido o de la situación del país en general pero, en otras era elaborado al instante y tenía que transmitir un mensaje que hiciera eco en los intereses de las personas a las que era dirigido. Pero la mayoría de las veces se construía de forma arbitraria de acuerdo a lo que el candidato creía que las personas esperaban de él o de su partido, aunque en ocasiones pudiera darse el caso de no coincidir necesariamente con los deseos de la gente.

Las tácticas mencionadas anteriormente pueden ser consideradas como las más concurrentes y de las que más se valió el candidato para realizar sus recorridos, en ellas encontró la mejor manera de lograr el acercamiento que él buscaba, fueron las que, a criterio del candidato y de sus organizadores, las que permitían que la gente creyera en él y en su partido o se interesara en sus propuestas y estuviera dispuesta a darle su voto.

³⁹ Recorrido domiciliario, 15 de mayo de 1997.

⁴⁰ Recorrido domiciliario, 26 de junio de 1997.

¿Qué piensa de las campañas electorales?

	Frecuencia	Porcentaje
Son un gasto excesivo	140	39
Permiten conocer las propuestas de los candidatos	57	15.9
Son innecesarias, sólo engañan	44	12.3
Desconfianza porque después no cumplen	20	5.6
Hicieron mucha basura por la propaganda	14	3.9
Sólo pretenden convencer	13	3.6
No respondió	13	3.6
Son malas	11	3.1
Buenas, siempre que cumplan lo ofrecido	9	2.5
Le son indiferentes	9	2.5
Sólo hacen lo posible por ganar adeptos	9	2.5
Buenas, los votantes se relacionan con el candidato	6	1.7
Está de acuerdo con ellas (en general)	5	1.4
Desconfianza, pero espera que cumplan lo ofrecido	3	0.8
Buenas, siempre que no haya fraude	2	0.6
Apoya la realizada por el partido o líder de su preferencia	1	0.3
Bien en los medios de comunicación	1	0.3
Otro	1	0.3
Sólo consideraron a los candidatos a Jefe de Gobierno	1	0.3
Total	359	100

El comportamiento de la gente con respecto a este partido puede ser retomado en dos ámbitos: individual y general. Ambos ayudan a la comprensión del impacto que causó el trabajo del candidato sobre las personas visitadas en el transcurso de la campaña. En el ámbito individual se vislumbra un comportamiento diferenciado donde el candidato encontró comentarios y recibimientos difíciles de predecir que permiten conocer las percepciones, opiniones e intereses de las personas visitadas. En el ámbito general se encuentran los comportamientos similares que, posteriormente, permiten clasificar las conductas para hacer una generalización acerca de cómo se comportó el electorado en la zona estudiada.

Tomando en cuenta el comportamiento de las personas dentro de las campañas electorales es posible vislumbrar la gran variedad de significados construidos por los individuos que intervienen en ellas, cada uno, al otorgarles diversos sentidos, muestra su forma de percibir la política en nuestro país.

Entre las conductas observadas durante las campañas encontramos las de aquellas personas que ante la presencia del candidato le otorgaban su apoyo pero, al mismo tiempo, dejaban ver cierta desconfianza. El candidato era visto como una opción para otorgar su voto pero quedaba en el aire la duda de que cumpliera sus propuestas en un futuro, como lo muestran los siguientes casos:

Recorrido por la colonia Santa Anita.

De las personas que se encontró durante el recorrido fue característica una de ellas que se presenta ante el candidato y le dice: “esperamos que cumplan con hechos lo

que prometen, como dijo Benito Juárez: malditos aquellos que con sus palabras defienden al pueblo pero que en los hechos lo traicionan".⁴¹

Recorrido por la colonia Santa Anita:

Durante el recorrido se nos permitió la entrada a unos edificios, ahí el candidato platica con un señor que ofrece a su hijo para ser representante de casilla y, al mismo tiempo, pide ayuda para resolver el problema de las escrituras de 100 departamentos que no estaban escriturados, el candidato le contesta que pondrá a su disposición una oficina donde esos problemas puedan ser atendidos. El señor añade: "esperamos que no nos den atole con el dedo".⁴²

En el primer caso, haciendo gala de frases célebres se expresa cierta inseguridad hacia el candidato dudando del trabajo que pudiera desempeñar en un futuro. En el segundo caso, al mismo tiempo que da su apoyo incondicional empeñando a un miembro de familia aluden a la posibilidad de ser traicionados y no correspondidos con dicho apoyo. En ambos casos, a pesar de que las palabras del candidato parecen ser dignas de confianza, las frases o dichos manejados expresan un sentimiento de incertidumbre.

En estos casos también sale a relucir otro aspecto importante de resaltar y que se mantuvo constante durante la campaña. Dentro de esta relación momentánea se observa que las propuestas del candidato y las expectativas de las personas se dejan de lado quedando en el aire la pregunta: qué esperaban del candidato o de qué forma les tenía que cumplir en la práctica. En momentos como los anteriormente mencionados, al otorgar su apoyo, las personas dan por entendido que el candidato sabe qué es lo que quieren para sentirse conformes con su trabajo cuando él se encuentre ocupando un puesto en el poder. No se habla de los planes del candidato ni tampoco de las perspectivas del electorado, en las relaciones entabladas solo queda marcada esa desconfianza.

Lo que es cierto también es que a pesar de padecer ese sentimiento de coraje e inseguridad varias personas no perdían la oportunidad de pedir servicios para sus colonias con la esperanza de que se los resolvieran:

Recorrido por la colonia San Simón Ticoman:

Las visitas por esta colonia resultaron muy tediosas ya que, la mayoría decía: "estamos con usted" sin hacer más comentarios, el caso más especial resultó ser el de un señor que se exalto por el problema de unos inquilinos que estaban por perder sus departamentos, a lo que el candidato le dijo que lo apoyaría, el señor no cree en la

⁴¹ Recorrido domiciliario, 6 de junio de 1997.

⁴² Recorrido domiciliario, 11 de junio de 1997.

palabra del candidato y le dice: "no lo va apuntar", ante la sugerencia, el candidato lo anota y se retira del lugar dándole las gracias. #

Recorrido por la colonia Nueva Santa Anita.

Durante este recorrido el mayor número de quejas fue por la inseguridad, ante estas el candidato decía: "eso está en el proyecto del ingeniero Cárdenas", ante estas respuestas la gente agregaba: "esperamos que cuando lleguen no se olviden de nosotros". Al encontrarnos que una familia de militantes del partido comentaron: "no se preocupe con nosotros tiene nueve votos, nuestros hijos nos convencieron". De entre las quejas resultaron las de servicio de limpia de coladeras, fumigación y recolección de basura; de un comercio salió una persona que comentó que había pasado por la colonia una persona que dijo pertenecer al PRD e intentó extorsionarlos diciendo que era del ministerio público, ellos "por no tener problemas" accedieron a darle lo que pedía, otro problema planteado fue que en la unidad habitacional donde vive no tienen estacionamiento y sus carros están inseguros y que todos los servicios los han tenido que pagar ellos. #

Lo importante de resaltar en estos casos es la oportunidad que se les presenta a estas personas y que no dejan pasar porque representa la posibilidad de resolución de los problemas que les aquejan. En estos casos el pertenecer o no a determinado partido es de poco interés, mientras exista la disposición de atenderlos en sus demandas el partido y sus propuestas pasan a segundo término. El partido y los candidatos se ven convertidos en un medio por el cual pueden ser satisfechas necesidades de índole muy particular.

Con frases como: "vamos a votar por usted pero esperamos que realmente nos apoyen" entablaban un tipo de relación de intercambio donde el otorgar su voto comprometía al candidato a apoyarlos en sus reclamos que eran muy específicos ya que, pretendían defender asuntos que incumbían sólo a las personas reunidas. Como la muestra la siguiente situación:

Reunión con colonos de Miravalle:

Durante esta reunión se planteo la necesidad de reformar el IVA; la seguridad pública con una inspección civil; la reforma a la expedición de licencias para comercios; reinstalación de los comercios ambulantes para que paguen una cuota a la delegación y se destine a mejorar los servicios dentro de ella; construcción de escuelas y centros culturales, así como también, la mejora en los servicios de primera necesidad dentro de la delegación. La mayoría de los presentes se encontraban muy interesada en los

Recorrido domiciliario, 13 de junio de 1997.

aspectos relacionados con el IVA y la tramitación permisos ya que, eran pequeños empresarios que se encontraban en desacuerdo con la decisión de los priístas del aumento al IVA, al final de la reunión todos apoyaron al candidato de palabra diciendo: “vamos a votar por usted pero esperamos que realmente nos apoyen”.⁴³

Estas reuniones muestran otra forma de concebir la política dentro de la sociedad, presenta a un grupo de personas reunidas en un mismo espacio con el mismo fin: defender los intereses de los comerciantes quienes veían en al candidato como alguien que en un determinado momento los podría amparar. En ese momento era importante acudir a él para empeñar su voto a cambio de su apoyo.

Es ante este tipo de situaciones donde las personas muestran la noción que tienen de las campañas, estas se ven convertidas en un espacio donde pueden ser satisfechas sus demandas. Para ejemplificar esto se puede revisar el primer caso expuesto donde la persona pide al candidato que anote el problema que le expuesto para así, sentir la seguridad de que se le esta tomando en cuenta. El significado que éstas personas le están otorgando a la visita del candidato tiene que ver con la resolución de sus quejas y demandas.

La reunión de vecinos antes presentada sirve también para mostrar otra manera de hacer política que podría catalogarse como corporativista. Aquí se reúne un grupo de personas con intereses similares y muy particulares para solicitar apoyo sin importar lo que suceda a nivel general, lo importante para ellos es afiliarse como grupo para intercambiar beneficios. Esta forma de percibir la política no sólo se puede observar en este tipo de reuniones donde se reúne un grupo determinado sino, también es común encontrarla con personas que se encontraban en los recorridos y se quejaban por el trato que se les daba en la delegación:

Recorrido por la colonia Nativitas:

Antes de llegar a la Calzada de Tlalpan los problemas se dirigen más al problema de la inseguridad debido a los asaltos en los puentes que nos son abiertos en las noches, las personas se muestran molestas con la delegada del lugar ya que, según sus comentarios, solo les da beneficios a las personas que son militantes de su partido (PAN). A pesar de que la mayoría de las personas recibieron la propaganda diciendo que estamos realizando una buena campaña, los vecinos del lugar se quejaron porque: “aquí solo les solucionan problemas a las personas que pertenecen al PAN porque la delegada es del PAN y a nosotros no nos hacen caso”.⁴⁴

Independientemente de que éstas quejas fueran ciertas o no, lo importante a resaltar en este caso es que las personas tenían la clara idea de que tenían que pertenecer al mismo partido de la delegada para poder gozar de algunos beneficios. Ambos casos, la reunión vecinal y el recorrido, muestra que para algunas personas estaba clara la idea de que debían pertenecer o incorporarse a un mismo grupo o

⁴³ Recorrido domiciliario, 6 de junio de 1997.

⁴⁴ Reunión domiciliaria, 30 de abril de 1997.

⁴⁵ Recorrido domiciliario, 28 de abril de 1997.

partido para ser tomados en cuenta y gozar de ciertos beneficios. En el primero se empeña el voto a cambio del apoyo del partido en las necesidades de específicas de un grupo de comerciantes. En el segundo el hecho de no pertenecer a determinado partido o no haber otorgado el voto se convierte en un motivo por el cual las autoridades han ignorado las peticiones de las personas.

Pero existieron otras ocasiones donde la desconfianza y la idea del voto como un intercambio de beneficios se manifestaron como un reclamo por acudir a las personas sólo en tiempo de elección:

Barrio de Santiago Sur:

El recorrido empezó a las 13.00 p.m. con un grupo de 20 personas. Durante el recorrido el candidato les decía a los habitantes de la colonia: "ya es tiempo que el D.F. se vista de amarillo y negro para que se dé el cambio a la democracia; un cambio para que salga el sol para todos no para unos cuantos como lo hace el PRI", la gente le respondía esperamos que así sea y que ese cambio por el que usted está luchando se llegue a dar y que cumplan con las promesas que vienen dando en sus recorridos. El candidato manifestó a sus acompañantes su satisfacción por la reacción de la gente hacia él. Cuando llegamos a la casa de una señora ésta le dijo: "todos los candidatos cuando quieren que la gente vote por ellos se comportan sumisos pero cuando llegan a alcanzar el poder se olvidan de que por la gente están ahí, por eso señor yo no creo en ningún candidato", él le contesta que estaba de acuerdo con ella pero, le pregunta: , "¿dígame quiénes han sido los que prometen y nunca cumplen?", sin esperar respuesta, él mismo contesta: "los del PRI, por eso le pido analice nuestras propuestas y nos dé una oportunidad de gobernar para todos", se despide de la señora y continua su recorrido. ¶

Reclamos como éstos dejan ver ese sentimiento de coraje hacia el candidato y hacia las mismas campañas. Al considerar las campañas como un espacio donde, por medio de tácticas de chantaje, se pueden conseguir votos no importando cómo se logren. Para las personas les es significativo que los candidatos "no olviden" que gracias a sus votos obtienen puestos en el poder y, por lo tanto, deben de corresponder a ese favor con algún tipo de beneficios. Las personas reclaman por "el olvido" en que los tienen el gobierno, sienten que son importantes sólo en momentos específicos como las campañas. Casos como el anterior muestra la experiencia de las personas dentro del ámbito de la política la cual los predispone a actuar de esa manera, tal vez, porque desde años atrás han experimentado el hecho de que sólo durante períodos de campaña se les atiende.

Pero también existieron los casos donde las demandas eran expuestas anteponiendo un total interés y apoyo al partido. En estos casos el apoyo al partido se convertía en una forma de obtener lo que solicitaban al partido, como lo muestra uno de los recorridos efectuados por el candidato:

Recorrido por la colonia Nativitas:

¶ Recorrido domiciliario, 30 de mayo de 1997.

Al dar inicio el recorrido el candidato se encuentra en la calle con una pareja de ancianos que iba pasando por el lugar, él se les acerca y les entrega propaganda y los invita a votar por el PRD el próximo 6 de julio, al darles la propaganda unos de ellos le pregunta: “¿usted es integrante del partido de la revolución democrática?”, él contesta: “si señor, soy el candidato a diputado federal por este distrito, ahí le dejo propaganda para que usted y su familia estudien nuestras propuestas y, si les convencen” voten por nosotros. El señor le estira la mano para saludarlo y le dice: “no es necesario que nos deje propaganda nosotros somos perredistas desde que Cuauhtémoc Cárdenas estaba en la presidencia, mejor déjeselas a la gente que no cree en el cambio, por mi parte y de mi familia todos votaremos por ustedes. Espero que ahora sí se de el cambio que todos anhelamos”. El candidato al escuchar sus palabras le dice: “ese cambio se va a lograr ya que contamos con el apoyo de todos ustedes”. Antes de que se despidiera para continuar su recorrido, el señor le solicita que cuando gane la diputación en ese distrito y esté en la cámara de diputados haga algo por ellos (las personas jubiladas del seguro social) ya que, “esta institución nos tiene en el hambre total con el poco dinero que nos reparte mensualmente”, el candidato le responde que si llega a ganar el ingeniero Cárdenas y ellos como diputados federales van ha hacer todo lo posible para que ese tipo de instituciones brinde un mayor apoyo económico a todos los jubilados. El señor le agradece por la esperanza que le da en atender su solicitud ya que, remarca, “vivimos del dinero que nos da el seguro y a nuestra edad es muy difícil encontrar otros medios para sobrevivir”. Finalmente, se despidieron y se continuó el recorrido por la colonia, más adelante se encontró a una señora en su domicilio quien pregunta al candidato cómo le podía hacer para entrar en los programas de vivienda que el partido estaba promoviendo, el candidato le contesta que el partido no esta promoviendo tales programas sino, gente externa al partido que intenta utilizar las siglas del partido para sacar beneficio de la gente con fines ajenos al partido, le enfatiza, que el partido no busca el clientelismo político para obtener votos como lo viene haciendo el PRI. 49

Con las platicas efectuadas durante este recorrido se puede hacer tres observaciones. En primer lugar, la forma en que se negociaba el voto: se da el apoyo incondicional al candidato para, posteriormente, solicitar su ayuda en la resolución de algún problema específico. La negociación del voto es un aspecto

49 Recorrido domiciliario, 28 de mayo de 1997.

que solía ser constante en las relaciones entabladas durante la campaña, las personas no perdían la oportunidad de empeñar su voto a cambio de que se les otorgara algún beneficio, la solicitud que se le hacía al candidato era manejada como un intercambio de favores donde las personas sentían la obligación de ofrecer su voto antes de hacer su petición. Por su parte, el candidato se tenía que mostrar decidido a atender dichas solicitudes para corresponder al apoyo otorgado.

En segundo lugar, resalta la influencia de la imagen de Cárdenas en la campaña del partido, su importancia es visible desde el momento en que él se vuelve un punto de referencia para calificar al partido como bueno o malo. Particularmente en el ejemplo presentado, el candidato a diputado federal y sus propuestas pasan a un segundo término en el momento en que da el apoyo al partido haciendo referencia a Cárdenas, en este instante, para él su mejor carta de presentación es pertenecer al mismo partido que Cárdenas. Es aquí también donde se observa el peso de la historia y sus personajes, en este caso Cuauhtémoc Cárdenas (padre), que han dejado huella en la mente de las personas para seguir teniendo influencia sobre ellas. A primera instancia parecería que lo importante para la campaña de este partido es Cárdenas (hijo) quien por su trayectoria política y su constante lucha popular ha ganado adeptos para el partido pero, analizando este caso se puede ver que pesa más la figura de su padre ya que, las personas ven reflejado en él a su padre quien años atrás, gracias a su trabajo, se ganó el apoyo y admiración de muchas personas, razón por la cual lo siguen anhelando y tienen la esperanza de que su hijo trabaje de la misma forma.

En tercer lugar, resalta el interés que las personas prestan a la oportunidad de obtener un beneficio, en el primer caso presentado se muestra cómo alguien antepone su apoyo al partido para preparar terreno y solicitar algo a cambio de dicho apoyo, por otro lado la segunda persona visitada muestra cierta disponibilidad hacia el partido con la intención de ingresar a un programa de vivienda sin importarle de qué partido provenga. En este caso el acercamiento al partido se ve mediado por otros fines que no tienen que ver con el pleno convencimiento o simpatía al partido sino, con la satisfacción de intereses muy concretos y particulares.

En otro ámbito relacionado con la actuación del candidato, en el ejemplo anterior, se observa cómo éste aprovecha las circunstancias para criticar a otro partido y pronunciarse contra las prácticas clientelares que realiza dejando así, la imagen de un partido que no chantajea ni compra el voto. Para el partido, manejar la situación de esa forma y crear esa imagen le era significativo ya que, las personas, a pesar de pronunciarse contra dichas prácticas, gustan de aprovecharlas si se les presenta, como se vio en los casos antes mencionados.

La indiferencia de las personas y su poco interés en el partido y la persona que lo representaba fue un comportamiento común entre los ciudadanos visitados. Una de las actividades de los partidos que mejor puede ejemplificar dicho comportamiento son las reuniones vecinales que el candidato organizó, en estas, a pesar de realizarse sobre aviso, asistía poca gente siendo en su mayoría militantes del partido. Lo característico de estas reuniones era que las personas escucharan atentamente al candidato para después ofrecerle su apoyo y pedirle la solución de problemas inmediatos que tenían que ver con sus colonias. Como lo muestra el siguiente ejemplo:

Reunión vecinal en la colonia Miravalle:

La reunión se llevó a cabo en el patio de la casa donde se acomodaron sillas de forma circular. La reunión estaba programada para las 16:00 horas pero, debido al retraso de las personas, dio comienzo a las 18:30 con la asistencia de 23 personas, entre ellas el candidato a diputado federal y local del distrito junto con sus acompañantes. El

anfitrión de la casa se encargó de presentar a los candidatos haciendo lectura del curriculum de cada uno, posteriormente, para iniciar la plática, preguntó a los candidatos cuáles eran las principales dudas y molestias que habían encontrado en las personas durante sus recorridos. En general, los candidatos, después de agradecer la invitación, mencionaron las molestias que les eran expresaban durante sus visitas, entre ellas, la desconfianza que se tiene hacia los candidatos y sus partidos gracias al mal desempeño que han realizado los priístas. Los candidatos se quejaron de esa actitud ya que, según sus palabras, “uno tiene que sufrir sin deberla”, pero, se dijeron conscientes de que esa indiferencia debía cambiar pero no con promesas sino, con hechos, terminan su frase diciendo, “por eso nosotros como perredistas les pedimos la oportunidad de cambiar las cosas para todos, para que nuestro país sea para todos y de todos”. La exposición de los candidatos finaliza con la solicitud a las personas para ser representantes del PRD en las casillas y, según ellos, “defiendan los votos porque el PRI ha de estar desesperado y no va ha desperdiciar la oportunidad de robar los votos en casillas”. Posteriormente, el anfitrión pregunta a la concurrencia si tienen alguna pregunta que hacerle a los candidatos, una señora pregunta que si llegaran a ganar habría más alumbrado en las vías públicas y mayor seguridad en las calles, el candidato a diputado local toma la palabra y le contesta: “nosotros tenemos el cargo de aprobar leyes, es decir, de legislar pero, también nos hacemos cargo de gestionar aunque ese no sea nuestro trabajo pero lo realizamos”, la señora dice: “bueno si, pero que va ha pasar con los problemas que le mencione”, en ese momento interviene otra de los vecinos diciendo: “síntese y deje de hacer preguntas idiotas”, a lo que la señora se molesta y le contesta diciendo que ella no sabe a qué se dedica o qué desempeña un diputado así, que mejor permita que el candidato le explique, éste prosigue dándole una explicación clara acerca de las funciones de los diputados para, finalmente, contestar a su pregunta inicial y decirle que “haremos todo lo posible para que todas las demandas se cumplan”, ella termina con la frase: “eso espero”. Durante la reunión también se hablo de la inseguridad que se había desatado en la delegación a lo que el candidato a diputado federal aseguró que ese era uno de los principales retos a resolver y lo pensaban combatir desde la raíz. La reunión finaliza con la exposición de

algunas propuestas del partido entre ellas: combatir la corrupción, acabar con la militarización de la policía, darle prioridad a la educación y el trabajo.⁴⁹

Las reuniones con colonos es un espacio dentro de las campañas donde, tanto los candidatos como quienes estuvimos investigando, existía la posibilidad de medir el interés de las personas ya que a éstas acudían las personas con previo aviso, por lo que, en ellas se encontraban quienes en verdad les importaba conocer a sus candidatos, o bien, quienes tenían algún tipo de relación con ellos o con el partido. *Sosteniendo esta idea y retomando el ejemplo anterior se puede concluir que estas reuniones lejos de ser una charla para conocer a los candidatos y sus propuestas se vieron convertidas en un espacio para la solución de demandas.* Sin importar lo que el candidato propusiera en un esquema más amplio que involucrara los problemas más generales del país, se concretaban a tratar asuntos muy específicos de índole local o personal. Así, el interés de las personas por conocer a quien posiblemente lo representaría en la cámara es visible con tan solo observar, por un lado, el número de personas que concurría y, por otro, los motivos que la llevaban a acudir al lugar de la cita. Cabe resaltar que estas reuniones en ocasiones eran solicitadas por las mismas organizaciones para que acudieran a platicar con ellos y pedirle apoyo en la solución de sus demandas.

Aunque existieron casos, como al anteriormente citado, donde el interés de las personas se veía desviado a cuestiones muy específicas es importante señalar la importancia que adquiriría para algunas personas el hecho de que el candidato fuera a visitarlos a sus domicilios, se mostraban sorprendidos y gustosos de que estuvieran ahí y pedían que hubiera una relación cercana entre la población y ellos, atendían al candidato con amabilidad mostrándole su apoyo incondicional. Tal es el caso, mostrado con anterioridad, donde una persona dice al candidato, al recibir una goma de obsequio, dice: "esta goma es para borrar el pasado del país y empezar a escribir un nuevo capítulo con ustedes" o aquellos casos donde, la mayoría de las personas brindaba su apoyo e, incluso, dieron un pastel de regalo.⁵⁰

Situaciones así, nos muestran que también hubo casos donde se dio un apoyo incondicional pensando sólo en que ese partido iba a ayudar al país en un futuro sin esperar un beneficio inmediato. Aunque aquí tampoco existió algún tipo de interés por conocer las propuestas del candidato, se manifestó apoyo sin importar la obtención de algún otro beneficio, sólo queda presente la esperanza que el partido representaba para esas personas.

En ocasiones hubo gente que decía estar convencida de votar por el candidato del PRD porque les inspiraba confianza pero, a pesar de esto tenían dudas en que si ganaba iba a seguir comportándose de la misma forma e iba a estar dispuesto a ayudarlos como lo muestra la siguiente plática:

Recorrido por la colonia Nativitas:

Durante el recorrido la mayoría de las personas recibió la propaganda y nos comentaba que estábamos realizando "muy buena campaña". Una vecina del lugar invita a pasar su casa al candidato y sus brigadistas para degustar un refresco, al estar dentro comenta: "mientras la sociedad no esté educada políticamente no se va ha

⁴⁹ Reunión domiciliaria, 30 de abril de 1997.

⁵⁰ Estos casos se pudieron verificar en el recorrido domiciliar de la colonia Independencia el 13 de junio de 1997, "no hubo descontento de las personas ante las propuestas del candidato todas las personas le brindaban su apoyo hasta hubo una persona que nos regaló un pastel".

lograr nada". Más tarde, en una conversación a solas, comenta que espera que el candidato no se corrompa al estar en el poder ya que, según ella, todos hacen lo mismo al estar ahí. *

Situaciones así dejan ver el grado de confianza que existe en el sistema político de nuestro país ya que, a pesar de confiar en el candidato, creen que al subir a un puesto en el poder igualmente será influenciado y se olvidará de las personas que lo apoyaron para atender intereses particulares. Así, de momento se otorga la confianza al candidato pero, *se desconfía del sistema político.*

Esta falta de credibilidad en el sistema político se ve reflejada en el mismo proceso electoral el cual, según comentarios de las personas, está influenciado. Esto provoca que en ocasiones aunque se tenga confianza en determinado partido o candidato se dude de su acceso al puesto por el que está compitiendo. Este suceso se vio reflejado en la campaña del candidato en cuestión quien, tuvo que enfrentar comentarios o reclamos por no haber defendido los votos en elecciones anteriores, como lo muestra el siguiente caso:

Recorrido por la colonia Santa Anita.

Durante el recorrido se visitó a una familia que, mostrando una bandera del PRD en su casa, se define como perredista y agregan que por tal razón han tenido problemas con los priistas de la zona pero, de cualquier forma iba a dar su apoyo. Otros vecinos se mostraron renuentes y, con comentarios como: "usted cree que los van a dejar tan fácilmente" o "usted no sabe de lo que son capaces los dinosaurios, no van a dejar las elecciones", le criticaron al candidato el no haber hecho nada en las elecciones de 1988. *

Casos como este nos muestra el grado de credibilidad que tiene el proceso electoral y el sistema político, con comentarios como: "votamos por una persona y nos ponen a otra" * o "los vamos a apoyar pero, no se dejen ganar por un fraude" * muestran la certeza que tienen las personas de que su voto u opinión no es importante ya que, finalmente, se hace lo que al sistema conviene y se acepta a quien cumple con los requisitos que él mismo ha impuesto para que convenga a sus intereses.

Pero también hubo otros casos donde existió un rechazo total al candidato. Esto se puede ejemplificar siguiendo el mismo recorrido de la colonia independencia donde el candidato sostuvo una charla con una vecina del lugar:

El candidato llega y se presenta con la señora pero, antes que nada, ésta le aclara que es panista; el candidato le pide que de todas maneras reciba la propaganda para que

* Recorrido domiciliario, 28 de abril de 1997.

* Recorrido domiciliario, 11 de junio de 1997.

* Este tipo de comentarios se escucharon en el recorrido domiciliario de la col. San Simón Ticoman el 13 de junio de 1997.

* Esto fue comentario fue hecho durante una conversación sostenida entre un grupo de policías y el candidato, "nosotros queremos servir a la ciudadanía pero debido a la corrupción no es posible", col. Independencia, 15 de mayo de 1997.

Error

An error occurred while processing this page. See the system log for more details.

Capítulo 3 Campaña del Partido Revolucionario Institucional.

El candidato a diputado federal que representaría al PRI en este distrito, fue elegido por el entonces representante de la CTM Fidel Velázquez quien, según palabras del candidato, lo eligió para que se fuera a trabajar en dicho distrito.²⁷ Nació en la Ciudad de México en 1953. Es licenciado en relaciones industriales por la Universidad del Valle de México. Militante priísta desde 1982 donde ha laborado como representante del partido en las asambleas de formulación de candidatos a puestos políticos de elección (1988, 1991 y 1994). Coordinador de la campaña política de los candidatos a representantes a la II asamblea del D. F. en Iztacalco. Secretario de asuntos políticos, económicos y sociales de la Federación de Trabajadores del D. F. Secretario general del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Industria Alimenticia, Similares y Conexos de la República Mexicana, secretario general del Sindicato de Trabajadores de las Industrias Dulcera, Harinera, Panificadora similares y conexos del D. F. Y, finalmente, representante actual en la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos.²⁸

Después de hacer un recuento de su carrera política dentro del partido, es difícil hacer un estudio de lo observado dentro de la campaña sin hacer referencia al apoyo que recibió él y los candidatos para diputados por parte del partido. Esto, a primera vista podría resultar obvio pero, es necesario aclarar, adelantándome a las conclusiones de este trabajo, que en ésta más que en otras campañas se vislumbró el extenso tejido de relaciones sociales que este partido ha creado y utilizado para formar una estructura que le permita hacer un trabajo de proselitismo constante de tal manera que cuando lleguen sus candidatos a sus respectivas zonas existan los medios necesarios para realizar su trabajo con mayor eficacia y seguridad.

Este tejido de redes sociales fue posible observarlas durante el trabajo del candidato que se siguió para esta investigación quien, al comienzo de la campaña ya contaba con un grupo de personas que le servirían para realizar su labor. La campaña de dicho candidato se caracterizó por una organización a nivel partido más detallada, elaborada y trabajada que facilitó el acercamiento con el electorado. Dentro de dicha organización, se puso a disposición del candidato a una persona por sección electoral llamada: presidente de seccional. Esta persona estaba nombrada por el partido como representante de la sección electoral a la que pertenecía. Su función dentro del partido consistió en hacer un proselitismo constante por medio de la resolución y apoyo a las demandas de sus vecinos con la finalidad de atraer personas o votos al partido. Según una presidenta de seccional y promotora del voto:

Comité de campaña.

En una plática sostenida entre dos presidentes de seccional comentaron que ellos son quienes trabajan todo el año para que el partido obtenga votos y “nunca se nos da un reconocimiento ni se valora nuestro trabajo como tal”. Uno de ellos menciona que hay una mala organización dentro del comité y que ellos como encargados de ayudar a sus vecinos no podían obtener ningún tipo de ayuda, ella necesitaba una silla de ruedas para su vecino y no sabía a quien pedirla ya que, el candidato a diputado local que,

²⁷ Esta información fue obtenida directamente del candidato durante una conversación sostenida en su oficina sindical, 16 de junio de 1997.

²⁸ Esta información se obtuvo de los trípticos que se repartieron en el distrito donde trabajó el candidato.

según palabras de la promotora, “es el que se encarga de esas cosas”, no se la iba a dar.

29

Esto nos muestra el trabajo que realiza un presidente de seccional que, a pesar de su inconformidad, habla de una participación entusiasta y comprometida con el partido por quien está dispuesta a realizar un trabajo en apoyo no solo en temporada de campaña sino, constante en apego al partido.

Además de la labor de esas personas el partido realizó otro tipo de campaña que podría llamarse indirecta porque estuvo dirigida a apoyar el trabajo de los candidatos en general sin enfocarse en una zona determinada. Dicha campaña fue encabezada por el Movimiento Territorial (MT) quien a nombre del partido se dedicó a recorrer las colonias de bajos recursos llevando consigo obsequios de primera necesidad como: ropa, cobijas, comida, etc., en busca de votos para el partido. Como lo muestra la siguiente plática:

Comité de campaña:

En una plática que se sostuvo con una persona que labora dentro del MT, dijo que esa asociación pertenecía al PRI y otorgaba ayuda a la gente más necesitada. Dicha ayuda se obtenía por medio de distintas empresas y asociaciones vinculadas al partido y que daban apoyo para esas personas. En el caso de este distrito, laboran bajo las ordenes del coordinador de campaña de este distrito organizando reuniones con las personas del distrito y llevando dicho apoyo a las colonias más necesitadas del distrito a nombre del partido. Comentó que en días anteriores les había llegado un cargamento de ropa del exterior y la llevaron a una colonia perredistas para regalarla a la gente del lugar, según sus impresiones, “la recibieron con mucho gusto” a sabiendas que era del partido.²⁹

El trabajo de este movimiento estaba implementado para facilitar la principal meta del partido: reunir a un conglomerado de personas dispuestas no solo a dar su voto sino, a hacer labor de proselitismo constante en nombre del partido en una zona donde la simpatía por el partido fuera desfavorable. Dicho proselitismo se intensificaba en temporada de campañas.

Este tipo de organización, que involucraba tanto el trabajo de los presidentes de seccional como el MT, se enfocó a crear y fomentar las redes sociales necesarias para el desempeño de sus representantes. A juzgar por los ejemplos antes presentados, fue elaborada con una lógica de trabajo que les permitiera por un lado, con el trabajo de los presidentes de seccional, refrendar sus votos. Por otro lado, con la labor del MT, trataba de impulsar el apoyo de las personas en zonas donde el voto les fuera

²⁹ Conversación sostenida fuera del comité de campaña entre una presidenta de seccional y un militante del partido, 16 de junio de 1997.

³⁰ Entrevista efectuada en el comité de campaña, 11 de junio de 1997.

desfavorable. Su meta de trabajo: ganar votos, fue lograda peleando por el voto o tratando de mantenerlo, dependiendo de las características de la zona que se tratara.

Estas dos formas de redes sociales dirigidas a hacer campaña fueron explotadas y aprovechadas por cada uno de los candidatos que representaron al partido. En lo que se refiere al trabajo del candidato del distrito estudiado, estas redes coadyuvaron y fueron de gran importancia para el desarrollo de su campaña ya que, sirvieron para dirigir y facilitar el contacto del candidato tanto con el electorado de las distintas secciones que conformaron su distrito como con quienes le otorgaron los medios necesarios para apoyar a las personas en las demandas o gestiones solicitadas.

Para pelear por su triunfo en su distrito el candidato aprovechó este gran despliegue de recursos humanos y materiales que el partido puso a su disposición. Los recursos humanos como son: los presidentes de seccional y las redes sociales, anteriormente mencionados, se contactaron y se organizaron para apoyar al candidato en el contacto con el electorado acudía a alguna actividad. Estos fueron quienes le dieron la facilidad de obtener información previa de su distrito, aún sin conocerlo. Fue gracias a su labor como el candidato pudo organizar y realizar las distintas actividades planeadas para la campaña como son: los recorridos por las colonias, las reuniones vecinales y los eventos artísticos. Su trabajo dentro de la campaña además de realizar un proselitismo constante, consistía en repartir propaganda y presentar al candidato con sus vecinos durante los recorridos o reunir gente en los grandes eventos o reuniones vecinales.

El trabajo de esas personas dentro de la organización de la campaña del partido se podía observar tanto en los eventos para un número mayor de gente como en los recorridos por las colonias. En los primeros se veía en el hecho de que acudían personas que alguna vez había representada al distrito lo cual era utilizado para ponerlo de ejemplo por "su buen desempeño".⁸¹ Había casos donde el partido mandaba cartas especiales a jefes de seccional para que llevaran gente de sus colonias (acarreados) a los eventos donde se requería a un número considerable de personas como ocurrió en el caso de un evento organizado para Del Mazo:

Comité de campaña:

En el comité se encontraban organizando un evento donde la figura principal es Del mazo. La persona más cercana y primo del candidato comenta que para el evento del 5 de junio con Del Mazo "tenemos" que llevar mínimo 800 personas. Una promotora del voto y presidenta seccional dice que le llegó una invitación especial del partido para el evento con Del Mazo y "tengo" que llevar gente al evento y, en su momento, pregunta al candidato si podía dar un balón para que un equipo de fútbol fuera a echar porras ese día, el candidato contestó que sí y, agrego: "se lo damos hasta a su abuela si va".⁸²

El partido utilizaba a sus presidentes de seccional como táctica para reunir a las personas y, a su vez, éstos usaban otro tipo de tácticas para convencer a las personas para que fueran a dichos eventos. En

⁸¹ Festival organizado para las madres, 10 de mayo de 1997.

⁸² Conversación sostenida mientras esperaban que el candidato saliera a su recorrido, 3 de junio de 1997.

En los recorridos por las colonias, como ya se ha mencionado anteriormente, el candidato recurría también a estas personas para que le acompañaran por colonias y lo presentaran con sus vecinos. Era común recorrer colonias donde las personas que los acompañaban conocían a varios vecinos y los llamaban por su nombre para presentarles al candidato:

Recorrido por la colonia Campamento 2 de octubre:

En este recorrido sólo acudió la suplente del candidato. En algunas calles una presidenta de seccional y promotora del voto, desde la calle gritaba a las personas por su nombre para que salieran a conocer a la suplente, las personas salían a saludarla y a recibir sus obsequios. La promotora les dice que vayan al comité para que les entreguen un bote de leche, estas les contestas que sí irán. Durante el recorrido, en casi todas las casas que se visitó para presentar a la suplente, se les trata amablemente y aceptaban el presente que se les obsequiaba de buen agrado.❦

Estas personas presentaban al candidato con un aire de familiaridad y confianza hacia él, confianza que intentaba ser transmitida a las personas a quienes era presentado. En estas situaciones los presidentes de seccional funcionaban como una carta de representación a través de la cual se trataba de ganar el apoyo y la confianza de las personas.

El hecho de no contar con el apoyo de estos presidentes de seccional les complicaba la tarea de convencimiento. En las colonias donde no contaban con ese tipo de redes sociales el candidato se mostraba desconfiado y temeroso de acudir por temor al rechazo o malos tratos. Tal es el caso de las colonias que pertenecían al distrito XXI local donde, según el porcentaje de votos de elecciones pasadas, la zona era considerada como panista. En las colonias de este distrito, perteneciente a la delegación Benito Juárez, el comportamiento de las personas resultaba contrastante si se compara con el de la delegación Iztacalco, donde su llegada y sus regalos armaban revuelo en la espera de algún obsequio. En cambio, en dicha zona las personas se mostraban indiferentes y poco interesadas en recibir los presentes que llevaba. Por esta razón, su táctica cambió en esta zona, dedicándose a organizar reuniones vecinales con los pocos contactos que tenía. Aún así, dichas reuniones no tuvieron la aceptación esperada.

Reunión vecinal colonia Postal:

Esta reunión se organizó en conjunto con el candidato a diputado local del distrito XXI. En dicha reunión el candidato esperaba más de 100 personas (compró bocadillos para 150 personas). Al llegar al domicilio donde estarían las personas reunidas, platica con un líder del lugar y le pide su apoyo para trabajar en la zona, la cual le parece muy difícil porque el partido no tiene mucha convocatoria. El candidato pasó al domicilio donde había 7 personas que platicaron con él para exponerle sus problemas que tenían que ver con los servicios en sus domicilios y que el candidato

❦ Recorrido domiciliario, 27 de mayo de 1997.

ofreció resolverlos. Posteriormente, se organiza un recorrido por las calles de la zona donde se caminaron en dos o tres calles, sin tocar las puertas, con un alta voz invitando a las personas a que se reunieran para platicar con los candidatos del PRI sobre los problemas que aquejan a la colonia. El recorrido no genera respuesta de los vecinos ya que casi nadie sale de sus domicilios y las personas que iniciaron el recorrido (25 personas aproximadamente) son las mismas que lo terminan. Al llegar al domicilio de la reunión esperaban al candidato 10 personas, así que la reunión da comienzo con 35 personas. Primeramente habla, el candidato a diputado local del distrito XXI y, posteriormente, el candidato a diputado federal, el líder de la zona (con quién había platicado anteriormente el candidato) y los anfitriones del lugar. Las personas sentadas en círculo, mientras se les repartían regalos en sus lugares, escuchan a las personas sin hacer ningún comentario. Al final de la reunión se acercaron a pedir más obsequios.✶

En esta reunión sólo se presentaron personas que de alguna manera tenían contactos con el partido. En la visita a esta zona se marcó la diferencia entre las colonias donde el candidato contaba con un número mayor de personas y donde le había dedicado mas tiempo. El no contar con redes también provocaba que sus tácticas cambiaran adecuándolas a las circunstancias, a los vecinos del lugar se les llamaba o invitada desde la calle a que acudieran a conocer a los candidatos a su paso no se observó que alguna persona saliera de sus hogares. En el domicilio donde sería la reunión la poca gente que logró reunir no le hizo ningún cuestionamiento y lo escucharon con una aire de indiferencia.

En cambio en la zona perteneciente a la delegación Iztacalco la campaña resultaba ser diferente, había gente que lo apoyaba y dirigía para realizar sus actividades. Un ejemplo de esto, en lo que se refiere a las redes sociales, es el papel que desempeñó la suplente del candidato quien se ganó el nombramiento del partido gracias al apoyo de las personas y sirvió como un vínculo entre el candidato y las personas. Este vínculo era posible debido al trabajo realizado por la suplente dentro de una unidad habitacional donde por su labor se ganó el respeto de una gran parte de las personas que habitaban en ese lugar. El trabajo efectuado por la suplente fue aprovechado por el candidato ya que de ahí podía asegurar votos gracias a la figura que representaba la suplente dentro de dicha unidad como lo muestra la siguiente situación:

Recorrido por la Unidad INFONAVIT Iztacalco:

Durante el recorrido la gente los trató muy bien, mostrándose comprometida con el partido e interesada haciendo sus demandas a los candidatos en espera de que éstos se los resolvieran. La explicación de este hecho es que la suplente del candidato a diputado federal es una persona que, según sus palabras, ha trabajado dentro de la unidad durante 15 años y, por lo que se observó, ha apoyado mucho a estas personas

✶ Reunión vecinal, 7 de junio de 1997.

en cuanto a la mejora de sus viviendas y otras cuestiones. Este hecho se constató durante el recorrido donde la suplente es reconocida por muchas personas e, incluso, es tratada con mucha familiaridad y confianza, se le tienen atenciones (le invitan a pasar a las viviendas, se le invita algo de beber), le preguntan por asuntos en los que les está apoyando. Además conoce muy bien la zona y sabe, prácticamente, quienes viven en cada edificio, sabe de los problemas personales de algunas familias, se le veía preguntándoles sobre sus enfermos, sus problemas y la gente le contestaba con mucho respeto. En general en este recorrido se vio mucho apoyo gracias a la suplente ya que, a los candidatos no se les hizo mucho caso, les decían: "ojalá gane el partido".⁴⁹

Este tipo de personas funcionaba como líder dentro de la zona que habitaba, contaba con suficiente poder de convocatoria para atraer un número considerable de personas que simpatizaran con el partido. El candidato se presentaba con la suplente con la intención de influenciar a las personas para que votaran por el partido, aunque las personas no conocieran al candidato ni estuvieran interesados en el partido, la presencia de la suplente bastaba para ganarse su simpatía.

Dentro de estas relaciones no sólo es importante retomar el trabajo de las personas que laboraban para el partido sino también, conocer el comportamiento de las personas militantes del partido para poder aclarar los motivos que impulsan a estas personas a apoyar al partido. Lo que nos mostró la campaña es que los militantes, al igual que el partido, tenían sus propios intereses para participar en la campaña. Estos intereses debilitaron o nulificaron la idea de un compromiso ideológico con el partido ya que, el apoyo incondicional y, según los promotores, "por convicción" era dejado de lado por otro tipo de cuestiones que, aunque lo negaran, les ofrecía un beneficio inmediato como lo muestra el siguiente ejemplo:

Comité de campaña.

- Una presidenta de seccional se encontraba platicando con otra persona acerca de la mal organizada que está la campaña y de una excursión que están organizando para el grupo de la tercera de edad y que tenía que ser antes del 6 de julio. Más tarde, en una plática con el candidato, éste le pregunta, en tono de broma, sobre el "hueso" que va a pedir después de las elecciones, ella contesta que no pedirá ningún "hueso". Estaba muy molesta porque, según sus palabras, la campaña no estaba funcionando bien, no estaban repartiendo la propaganda necesaria y no estaban recorriendo muchos lugares.
- Dijo que había pedido permiso en su trabajo por dos meses pero, ahora siente pena de regresar porque le da pena decir que la campaña no esta funcionando. Como no se hizo recorrido, se despide del candidato y le da los nombres y teléfonos de dos de sus hijas para que, según la petición que le hace, les dé trabajo de secretarias, éste recibe el

⁴⁹ Recorrido domiciliario, 23 de mayo de 1997.

papel con los nombres y le da \$200 (por comentarios de ella, sabíamos que el partido no le daba nada y trabajaba con ellos por "vocación").⁶⁶

Esto nos muestra cómo entre las personas que laboraban dentro de la campaña existía un tipo de negociación o chantaje que era manipulado para obtener ciertos beneficios. Como lo muestran los ejemplos anteriores, la negociación de promotores y presidentes de seccional era llevada del interés y preocupación por la manera en que se desarrollaba la campaña a la petición de algún beneficio ya que, en cuanto pudieron no desperdiciaron la oportunidad para solicitarle algo al partido mostrando así su verdadera intención al trabajar para el partido.

Dentro de la realización de la campaña otro aspecto que jugó un papel importante dentro de su desarrollo ya que también en sus manos estaba el lograr un buen trabajo fue la coordinación de ésta. Su desempeño se considera importante porque era la persona encargada de supervisar todo el trabajo y actividades del candidato a diputado local por el distrito XVIII y del candidato a diputado federal por el distrito 14 junto con sus suplentes. Su labor era la de organizar la agenda de actividades de los candidatos y las cuestiones más relacionadas con el papeleo y administración de dicha campaña. De él dependía el seguimiento de la campaña, según su criterio de selección, en las colonias más indicadas. Pero en este caso, su desempeño no fue el deseado y, como se verá más adelante, provocó la separación de los candidatos dejando sólo al candidato a diputado federal para que realizara su campaña por su lado. En un inicio la campaña se realizó conjuntamente entre los candidatos siguiendo las indicaciones del coordinador. Los candidatos contaban con su propia gente que les apoyaba tocando puertas, repartiendo sus obsequios y propagandas y una secretaria que se dedica a tomar nota de las peticiones que se les hacía. En general sus recorridos se hacían de la siguiente forma

Barrio de los Reyes:

Durante las visitas que hacen el PRI a los hogares de este distrito, además de los muchos obsequios que se reparten (plumas, encendedores, costureros de viaje, dulces para los niños, reglas de plástico, calcomanías, trípticos, etc.), se ve un gran despliegue de personas militantes del partido (llamados "la avanzada") quienes se adelantan a tocar las puertas para que cuando las personas salgan se acerque el candidato, lo presenten y platique con ellos. Durante el recorrido se ve mucha gente trabajando para el partido, tanta que en determinados momentos no se coordinan y llega a suceder que se dejan varias propagandas en una sola casa, incluso hay gente que en realidad no hace nada. Además de la avanzada hay una camioneta con alta voces que recorre las distintas calles de la zona que se recorrerá avisando de la presencia del candidato. Es importante resaltar que entre las gentes que trabajan para el PRI hay un fotógrafo que se dedica a captar los momentos en que alguna persona se acerca a platicar con el candidato o en los lugares donde hay mucha gente y el candidato se acerca a platicar

⁶⁶ Conversación efectuada fuera del comité de campaña entre una presidenta de seccional y un militante del partido, 16 de junio de 1997.

con ellos. También está la secretaria que se dedica a anotar los datos de la gente que se acerca para hacer alguna demanda.❧

Este tipo de organización conjunta entre los candidatos en un inicio fue la más adecuada y se llevó a cabo sin ningún problema pero, con el transcurso de la campaña empezaron a surgir ciertos problemas entre el candidato a diputado federal y el coordinador de campaña a quien, según palabras del candidato, le preocupaba más el trabajo del candidato a diputado local. Como lo muestra el ejemplo siguiente, las situaciones de conflicto entre las personas que laboraban en el partido comenzaron a ser comunes conforme transcurría la campaña:

Comité de Campaña:

La división y los problemas dentro del comité siguen, en esta ocasión, según comentarios de la suplente del candidato a diputado federal, el coordinador de campaña ha intentado estafar a los candidatos y “manipula” al candidato a diputado local para que haga a un lado al candidato a diputado federal. Un ejemplo de esto, menciona, es la comida que se organizó para Del Mazo cuando iba a acudir al distrito (cosa que no ocurrió), la comida que se ofreció fue pagada por el partido y el coordinador pretendía cobrarle a los candidatos por dicha comida. La suplente, haciendo referencia al coordinador, comenta: “como es posible que sea tan estafador lo creería de alguien que no tiene dinero, pero de él no”. Otro ejemplo de dichas diferencias es el desayuno que se organizó este día y del cual no dieron aviso al candidato a diputado federal. Llega una persona al comité y le dice al candidato que en el desayuno había gente de su distrito, él le contesta que nadie le había avisado, la otra persona dice voy a ver eso y se retira. La suplente también comenta al candidato que el coordinador esta muy molesto porque tapizó la unidad donde labora con propaganda de él y de Del Mazo y del local no puso ni una, pero aún así ella no va ha poner nada de él y que también esta molesto porque mandaron a arreglar las banquetas de dicha unidad y en los comprobantes sólo aparecen los nombres de ella y del candidato.❧

Estas situaciones provocaron el surgimiento de envidias y competencia entre los candidatos quienes prefirieron trabajar cada uno por su lado sin importar la candidatura del otro. El candidato a diputado local se mantuvo trabajando con el coordinador y el candidato a diputado federal prefirió trabajar solo contactando a líderes de colonia para que le apoyaran en los recorridos y le aconsejaron qué zonas visitar.

❧ Recomendado domiciliano, 12 de mayo de 1997.

❧ Observaciones hechas el 21 de junio de 1997.

Las observaciones hechas en el desarrollo de la campaña muestran dos aspectos de vital importancia para el trabajo del candidato. Se consideran de importancia debido a que fueron los mas explotados o a los que más se recurrió para lograr su meta: la obtención de votos. El primero, el manejo de redes sociales que sirvieron como apoyo para recorrer el distrito buscando un mejor acercamiento con las personas; segundo, la gran importancia que adquirió el hecho de acercarse a las personas para darles u ofrecerles algún bien material a cambio de su voto.

Los regalos jugaron un papel muy importante en esta campaña. Se puede asegurar que no se realizó ninguna actividad sin obsequios incluso, como lo muestra la siguiente situación, el no tenerlos era motivo suficiente para dejar el recorrido aún sin terminarlo:

Recorrido por el Barrio San Miguel:

Es importante resaltar, en cuanto a la organización de partido, que el candidato y la gente que trabaja con él no salen a sus recorridos si no van con suficientes regalos para la gente. Los candidatos acudieron con propaganda, destapadores, encendedores, portacredenciales, revistas con información del partido, llaveros, etc. Reparten a manos llenas y prácticamente nadie se va sin obsequios. Tal parece que tanto los candidatos como las personas están acostumbrados a dar y recibir respectivamente, como lo mostró este recorrido, salen corriendo de sus casas para que se les obsequie algo, si se acercan los candidatos y no les obsequian, las personas lo piden. Es importante recalcar que en este recorrido acudió un fotógrafo quien aprovechó para tomar fotografías en los momentos en que las personas se amontonaba para externar su apoyo o para recibir, como lo manifiestan, "un presente de nuestros candidatos". Los regalos generan que la gente los atienda amablemente, es notorio que antes de que se presente el candidato piden el regalo y hasta hacen bromas con él después de recibirlos. Incluso, se dio el caso de personas que, anteponiendo la frase: "yo siempre he votado por ustedes", solicitaban o decían merecer más regalos. Después de repartir sus regalos decidieron parar aunque no habían terminado de recorrer la sección, para ellos el no tener más obsequios que repartir es motivo suficiente para decir: "hasta aquí terminamos".

Los regalos fueron una táctica explotada para crear simpatía, o bien, para intercambiar el voto. Sirvieron para empeñar el voto, esto se ve reflejado en su interés por repartir una gran cantidad de obsequios. Como lo muestra el ejemplo, éstos se consideraron como un objeto que ayudaba a la labor de convencimiento del candidato y si no existían dicha labor no tenía sentido. La idea de los regalos como algo necesario o "indispensable" para acercarse a las personas, a su vez, se aclaraba con el sentimiento de vergüenza que experimentaban los candidatos cuando creían que sus regalos no eran los suficientes

* Recorrido domiciliaria, 20 de mayo de 1997.

para agradar a su electorado, para ellos, "regalar cualquier cosa da pena".²⁰ Esta campaña convirtió los regalos en cosa obligatoria para el intercambio del voto.

El candidato se sentía muy seguro del efecto que causaban los obsequios ya que, hubo ocasiones en las que las personas no salía por estar ocupados, ante casos como este, el candidato pedía a sus brigadistas, dijeran que traían un regalo del partido. A pesar de ser criticable esta forma de actuar del candidato, ésta táctica resultaba como él esperaba porque las personas salían ante el aviso de "le traemos un obsequio del partido".²¹

A primera vista se podría decir que los obsequios son una táctica que ha sido planeada por los candidatos o partido como un chantaje o forma de clientelismo político dirigida a persuadir a las personas para votar por su partido dejando de lado un compromiso más de fondo que involucre el conocimiento y convencimiento de que el partido que les ofrece regalos es la mejor opción. Pero, a juzgar por la respuesta de las personas, dicha táctica tiene los efectos esperados porque no están pidiendo nada más, aceptan con gusto lo que el candidato está dispuesto a ofrecerles en ese momento, sin importarles lo que pueda venir después. Esto se ejemplifica con la siguiente situación.

Visita a Primaria:

En esta ocasión el candidato visita una escuela a la hora de salida de los alumnos. Las personas se portan amables con él y se le acercan, principalmente, para que se les dé un presente. Una señora, al recibir propaganda del candidato, dijo: "no me dé papel, déme algo con lo que me acuerde de usted", el candidato contesta: "si, le vamos a dar un obsequio". Una señora que dice dirigir un equipo deportivo de discapacitados, le pide ayuda para pagar un viaje de competencia, el contesta que será franco con ella, que en un principio había dado sillas de ruedas y otras cosas que le solicitaron para "este tipo de gente" pero, ya no la puede apoyar porque ya ha gastado mucho y ya no tiene las posibilidades.²²

Esto ejemplifica el poco interés que hay en las personas por conocer propuestas del candidato, ahora, explícitamente, necesitan "algo para que me acuerde de usted", las propuestas ya no son decisivas al momento de otorgar el voto, lo decisivo son esos obsequios que hacen que las personas razonen su voto, en este caso a favor del PRI. Fuera por decisión propia o por medio de los regalos las personas se mostraron decididas para su elección externando su apoyo a favor del partido, mucha gente recibía los regalos y, entusiasmados, decían: "así sí voy a votar por el partido".²³

²⁰ Comentario hecho por la suplente del candidato durante el recorrido por la col. Viaducto, 25 de junio de 1997.

²¹ Observaciones hechas durante el recorrido por la col. Moderna, 24 de junio de 1997.

²² Visita efectuada a la hora de salida de los alumnos, 24 de junio de 1997.

²³ Comentario hecho durante el recorrido por el Barrio de San Miguel, 20 de mayo de 1997.

En especial en esta campaña el interés por conocer a los candidatos y sus planes de trabajo se vio debilitado por el interés en recibir regalos o apoyo en algún problema, era común que después de algún evento o la visita a un lugar público, al retirarse, se encontrara mucha propaganda tirada. Los recorridos por las colonias constantemente las personas se acercaban al candidato y dirigían la mirada hacia el interior de las bolsas que contenían los regalos. En ocasiones se mostraron molestos porque los regalos les parecían poca cosa, pedían los obsequios y rechazaban o rompían las propagandas²⁴, sin preguntar nada, recibían los obsequios y se alejaban diciendo: "que chucherías traen ahora" o los recibían con cierta decepción "puras porquerías dan, mejor nos deberían de traer una despensa".²⁵ Estos casos generaban conflicto en el comportamiento de las personas ya que, en ocasiones, si los otorgaban, aunque estuvieran conscientes del chantaje, les favorecían apoyando de palabra al partido. Si eran pequeños o simbólicos les parecía poca cosa, no eran lo suficiente para que les dieran su voto o pedían algo más.

Los obsequios por pequeños que fueran hacían que las personas se acercaran reflejando cierta participación política, participación que, dicho irónicamente, hacía que salieran de sus hogares en busca de los candidatos y sus obsequios. Esta actitud participativa era de contraste con lo observado en las reuniones vecinales. Como se ha mostrado en los ejemplos anteriores, el número de gente que acudía era mínimo (30 personas máximo) y la mayoría eran militantes del mismo partido, el candidato hablaba con ellos de los problemas de la colonia pero, no lograba el mismo efecto que en los recorridos. Un ejemplo del interés o apatía de las personas son los festivales organizados por el partido:

Festival del día de las madres.

En el festival del día de las madres organizado por el partido, el lugar estaba acondicionado con un estrado y sillas para 150 personas aproximadamente. El evento se programó para las 11.00 a. m. Pero a esa hora el lugar se encontraba casi vacío, a pesar de que en los alrededores del lugar se encontraba una camioneta del partido voceando que el evento iba a iniciar. Las personas pasaban por ahí pero no se acercaban, en cuanto se empiezan a colocar varios regalos sobre el estrado, las personas comenzaron a llegar y en unos momentos el lugar estaba lleno y hasta había personas de pie que esperaban que se les repartieran boletos para la rifa. Las personas del PRI pasaron por cada uno de los lugares regalándoles a las madres una flor, un tortillero con el nombre de Del Mazo y su boleto para la rifa, al mismo tiempo las invitaban a votar por el PRI. Las personas recibían los "pequeños" regalos con entusiasmo pero, esperaban los aproximadamente 100 regalos de la rifa que consistían en planchas, cafeteras, licuadoras, juegos de vasos y cubiertos, baterías de cocina, una olla express, bolsas, manteles de mesa, relojes de pared y pulsera, etc. El festival

²⁴ Una promotora del voto comentó que había presenciado cómo las personas pedían los obsequios y, cuando el candidato se daba la vuelta, rompían la propaganda, "la propaganda la rompen pero sí piden plumas o reglas al candidato", recorrido domiciliario por Barrio de los Reyes, 12 de mayo de 1997.

²⁵ Comentario realizados durante el recorrido domiciliario en la col. 3 de Octubre, 27 de mayo de 1997.

comenzó con el discurso de un dirigente del PRI, concurso para bailar la macarena, presentación y discurso de los candidatos local y federal con sus respectivas porras organizadas por los del PRI y apoyadas por la gente, una cantante, payasos y, finalmente, la esperada rifa que se prolongó debido a que eran varios regalos, razón por la cual una persona grita: "¡muévanle!" y el coordinador de campaña hacía señas para que apresuraran la rifa ya que, el aburrimento de las personas se notaba con esos comentarios. Finalmente, terminó la rifa y el candidato a diputado federal quería dar unas palabras de agradecimiento y felicitaciones para las madres pero, la mayoría se estaba retirando, el que dirigía la ceremonia hacia llamados para que las personas permanecieran en su lugar pero, el lugar estaba casi vacío. El candidato mencionó algunas palabras ante la poca gente que quedaba.²⁶

Los festivales que se organizaban para festejar algún acontecimiento especial como el día de las madres o la visita de Del Mazo al distrito, se caracterizaba por el gran despliegue de recursos dirigidos a complacer a las personas que asistían. En algunos casos, como el festival del día de las madres, la gente no se interesaba en acudir hasta que exhibían los presentes que daría el partido, por su parte éste los exponía como un método para que se acercaran diciendo: "solo nosotros tenemos este tipo de gestos y estos humildes regalos son para agradecer el apoyo brindado".²⁷

Estos festivales ponían al descubierto el interés o los intereses que llevaba a las personas a acercarse al partido. Además, ponen en claro las tácticas que seguía el partido para atraer a las personas, tácticas que no tenían que ver con un compromiso o plan de trabajo satisfactorio a las necesidades o exigencias de la población. Como lo muestra el ejemplo anterior, dichas tácticas se relacionaban con cosas inmediatas que les agradaran. Este tipo de comportamiento permitía comprobar, primero, el interés que hay en conocer a los candidatos y sus propuestas el cual, en realidad no existe ya que, no hay una afiliación por convicción a ningún partido, la simpatía hacia un partido es máscara que se emplea cuando las circunstancias así lo requieren o cuando hay disponibilidad de la otra parte para ofrecer algún bien material. En estos casos, lo importante es lo material que les puedan ofrecer.

La indiferencia de las personas era un aspecto que salía a relucir en estas situaciones donde había de por medio algún bien material. Esto se constata con el siguiente caso donde lo mismo da aceptar la calcomanía de un partido que de otro.

Recorrido por la colonia campamento 2 de octubre:

El recorrido se inició cerca de las 12:00 horas, los candidatos y sus suplentes repartieron destapadores, encendedores, revistas (según los candidatos, eran para que viera la gente que el PRI si está trabajando) y volantes del partido. Las personas se mostraron amables en espera de los obsequios que se les entregaron. En la colonia se

²⁶ Festival efectuado en la Plaza Hidalgo en el Barrio de la Asunción, 10 de mayo de 1997.

²⁷ Frase pronunciada por el coordinador de campaña durante el festival de las madres, 10 de mayo de 1997.

encontró mucha propaganda del PRD pegada en las casas la cual, era despegada a escondidas por las promotoras del voto del PRI, a algunas personas les decían: “quiten esa propaganda que se ve fea” y pedían permiso para poner una del PRI, la gente con indiferencia, aceptaba. Una señora, ante la misma petición, acepta y, con tono molesto, dice: “pasaron pegándola sin permiso”, inmediatamente dice: “me da un encendedor”.⁷⁹

Este ejemplo permite comprobar otro fenómeno observado en la relación del candidato con las personas visitada. La negociación del voto que fue un comportamiento común entre las personas, es estos casos, como se observa en el ejemplo, se antepone la simpatía hacia un partido para acceder a un obsequio que, por insignificante que sea, para las personas tiene un valor, valor que es definido en el instante que se está frente al partido o candidato y se le da apoyo moral o se empeña el voto.

La negociación del voto fue un fenómeno constante durante el desarrollo de esta campaña, se manejó no sólo para la obtención de algún obsequio sino, incluso con más frecuencia, en la solución de gestiones. El paso del candidato en las colonias muchas veces fue visto como un medio para la resolución de los distintos problemas que aquejaban a los vecinos del lugar. Dichos problemas iban desde la resolución de servicios a la colonia hasta aquellos problemas personales, cualquiera que fuera la situación el candidato siempre se mostró comprensivo y dispuesto a apoyar a las personas anotando sus datos, dando los datos del comité de campaña o con apoyo espiritual.

Recorrido Colonia Campamento 2 de octubre:

El recorrido se inicia cerca de las 12.00 p.m. Se reparten encendedores, destapadores y volantes con información acerca del partido. Las personas se muestran amable en espera del obsequio. Una señora de edad avanzada (con lágrimas en los ojos) dice a los candidatos que ellos no saben lo que es estar jodidos y sus propuestas e interés por ellos son por el momento porque quieren ganarse a la gente “pero nunca hacen nada por nosotros”, dice estar preocupada por sus hijos que no tienen donde vivir y no sabe qué pasará con ellos cuando muera, el candidato le pide que acudiera con sus hijos al comité que no le ayudarán con vivienda pero, sí con trabajo para que salgan adelante, se toman los datos de la señora y se continua con el recorrido. En otro domicilio sale una joven, el candidato se presenta, dentro de la casa esta una señora que, al escuchar de quién se trata, sale para decirle al candidato que tienen “un problema muy grande” han matado a su hijo mayor que los mantenía y que tuvo que hipotecar su casa por \$300 000, esta a punto de perderla y ha buscado trabajo pero no encuentra; el candidato, con una expresión de sorpresa, le dice: “tenga fe en dios, dios

⁷⁹ Recorrido domiciliario, 16 de mayo de 1997.

aprieta pero no ahorca”, se despide y continua su recorrido haciendo sus constantes bromas y albures con la gente que lo acompaña.”

Este ejemplo muestra una noción limitada acerca de la función de los candidatos y de las campañas las cuales son remitidas a un ámbito local o, incluso, familiar donde existía la oportunidad de salir beneficiados. Este tipo de situaciones da la oportunidad de observar una forma de ver o percibir la campaña y los candidatos, las personas no se interesaron en conocer las propuestas de los candidatos, sus funciones fueron confundidas y convertidas en un medio para exponer sus quejas. Dichas quejas no se expresaban directamente sino, fueron expuestas manipulando la situación para expresarlas, en el primer caso, con cierta tristeza aludiendo al abandono del gobierno “nunca hacen nada por nosotros”. Este tipo de negociación dirigida a la obtención de un bien se elaboró, en el segundo caso, en un intento de conmovir a los candidatos con la idea de que eso bastaba para que accedieran a ayudarlos. En ambos casos, en las personas existía la idea de que aunque esas no fueran las funciones reales del candidato las campañas serían un medio para lograr la resolución de problemas personales.

El anterior ejemplo sirve también para mostrar otro aspecto dentro del comportamiento de las personas. Se trata de una expresión comúnmente mencionada entre las personas visitadas y que aludía a la falta de comunicación entre el gobierno y la población. La frase: “por favor, si gana, no se olvide nosotros y regrese a la colonia para que conozca los problemas de la colonia” se hacía con la intención de asegurar, de alguna manera, que ese abandono se trataría de remediar. También deja claro que las personas sólo buscan la satisfacción de sus necesidades inmediatas sin importar el verdadero papel que desempeñará si gana, alude a la campaña como un requisito para ganar votos sin importar los medios para lograrlo y sin que existe un compromiso verdadero hacia la población que representará.

En lo que se refiere al comportamiento del candidato. Los ejemplos muestran la manera en que éste adopta las funciones que le son otorgadas por sus posibles electores, deja de lado la formulación de un verdadero discurso donde se manejen las propuestas para ganarse el voto. Los objetivos de la campaña son abandonados por ambas partes en la búsqueda por satisfacer intereses particulares.

Así como las reacciones anteriormente presentadas donde, a pesar de la manipulación de las circunstancias, el impacto que causaban era positivo, pero también hubo casos donde los obsequios, de momento, no lograron desviar los reclamos de las personas quienes decían estar decepcionados del PRI, según comentarios, “porque han robado al país”. Las ocasiones en que estas situaciones se presentaban generalmente se les culpaba por la situación económica del país:

Recorrido por la colonia Campamento 2 de octubre:

En este recorrido sólo asistió la suplente porque el candidato tenía otros asuntos que atender. En una tienda se encuentra a una señora que se expresa groseramente acerca del partido al cual califica como: “una bola de ratas” y, como era vecina de una promotora del voto, agrega dirigiéndose a ella: “cómo es posible que esté trabajando

²² Recorrido domiciliario, 16 de mayo de 1997.

²³ Frase mencionada durante el recorrido por el Barrio de los Reyes, 12 de mayo de 1997.

²⁴ Este comentario fue hecho por una señora que fue al encuentro con el candidato para decirle que siempre había votado por el PRI pero nunca habían hecho nada. Recorrido domiciliario en la Unidad Habitacional Infonavit Iztacalco, 23 de mayo de 1997.

con ellos”, la suplente contesta: “los doctores y los abogados roban, aquí todos roban no solo los del PRI, es como en todo, dentro del partido hay gente de todo tipo, no por unos cuantos vamos a pagar todos” la señora dice: “de todas maneras están jodiendo a la gente”, nuevamente la suplente contesta: “otro partido no sabría cómo gobernar porque no tienen la experiencia y pasarían a afectar más al país”, en ese momento interviene la promotora del voto diciendo: “ya vez ese güey del Peraza ni siquiera sabe hablar”. Se despiden de la señora entregándole unos presentes y pidiéndole que votara por el PRI, ésta después de recibirlos dice. “haber si voto por ustedes”.²²

Las personas del partido desviaban los reclamos aludiendo a los robos como una práctica normal “todos roban” entre toda clase de personas o, indirectamente, aludiendo a que el PRI era el único que sabía gobernar. Estos argumentos junto con los presentes que se entregaban, según lo muestra el ejemplo, provocaba que las personas cambiaran el tono de reclamo por una expresión donde no quedaba clara la intención de su voto. No se sabía si el regalo había cambiado el sentido de su voto a favor del partido o si habían servido para desviar el ataque de las personas.

En estos casos, el discurso jugaba un papel importante en la defensa de la imagen del partido y sus representantes. Este fue utilizado y adaptado siempre de acuerdo a las circunstancias que se presentaban dependiendo de lo que la gente le cuestionara. Como lo muestran los siguientes casos.

Recorrido por Barrio de San Miguel:

Durante el recorrido el candidato topa con un señor de 50 años aproximadamente, quien hace muchos reproches al partido por haber “robado mucho al país”, dice que todo lo que hacen es un fraude como ejemplo menciona el programa hoy no circula y la verificación obligatoria que, según él, no es más que otra manera para sacarle dinero a la población porque los autos siguen contaminando y lo que el país necesita es gente que sepa gobernar “porque México con tantas reservas ecológicas se encuentra en gran crisis”, el candidato contesta: “corrupción va ha encontrar en todos lados” lo que hay que hacer es “un cambio muy profundo tanto en el sistema político como en la gente” ya que “el gobierno acostumbró a la gente a resolverle los problemas más mínimos” y como ejemplo menciona a unas personas que le habían reclamado por una coladera tapada que, según él, son problemas que se pueden resolver trabajando duro como “nosotros lo estamos haciendo y no esperar que el gobierno les resuelva todo”. Le deja una tarjeta con la dirección del comité para que acuda y le den a

²² Recorrido domiciliario, 16 de mayo de 1997.

conocer la plataforma política del partido que “está bien cimentada” y él solo se convencería de que el PRI es la mejor opción u organizara una reunión vecinal para que ellos acudieran y se convencieran de que están dispuestos a “ayudar a la comunidad”. Otro señor dijo: “soy antiprísta” ya que, el partido “con su política de neoliberaación económica está dejando al país en una pobreza total”, menciona haber trabajado para el gobierno durante 35 años como médico militar y haber tenido la oportunidad de viajar en todo el país y lo único que había encontrado era pobreza y que todo esto era gracias a que Porfirio Díaz nunca le había dado impulso a la educación. El candidato contesta, que si viajaba iba a encontrar carreteras muy modernas gracias a las políticas de gobierno, el señor dice: “el pueblo no va ha comer carreteras”, el candidato contesta: “ahora sí se está poniendo énfasis en la educación” y de todos modos los invitaban a “reflexionar su voto ” a favor del partido.²³

En estas situaciones se vislumbraba la carencia de propuestas bien definidas que proyectaran a la población la seguridad de que se estaba pensando en sus beneficios. Dicha carencia era sustituida por frases armadas al momento donde automáticamente se tenían contempladas la resolución de todos los males de las personas en cuanto a la forma de gobierno, la forma en que se lograrían no se mencionaba. En ocasiones acusaban al partido de ser un corrupto y ladrón, les contestaba que rateros iban a encontrar en todos lados, todos robaban los abogados, los doctores, etc. en todos lados hay de todo y no era justo que por unos cuantos pagaran todos mostrando desapego a su partido se excluían reconociendo que había ladrones pero él no era así. Cuando no se le cuestionaba el discurso era cambiando por una pose de interés y comprensión ante los problemas de las personas razón por la cual era su visita casa por casa.

En el caso de este partido encontramos un discurso dirigido principalmente a la defensa del partido ante los ataques de las personas. Se ve un discurso pensado en la forma de evadir los reclamos que se les hacen y que el partido conoce anticipadamente permitiéndole manipular las situaciones intentando limpiar la imagen que se tiene de él. Como ya se mencionó, esas situaciones muestran el conocimiento previo del partido o del candidato acerca de la desesperación y desconfianza prevaleciente de las personas, cosa que le da ventaja sobre ellos porque le permite adecuar su discurso, no buscando convencerlos de lo contrario sino, buscando una disculpa aludiendo al conformismo que pueda existir en las personas. Dicho conformismo es removido manejando, por un lado, la falta de opciones existentes “otro partido no sabría cómo gobernar” ²⁴ y, por otro lado, manejando sus errores como una práctica común en el país “todos roban”. En los casos donde se les reclamaban cosas muy específicas se retomaban los reclamos que se les hacían se armaba un discurso donde éstos eran solucionados.

²³ Recorrido domiciliario, 20 de mayo de 1997.

²⁴ Comentario realizado por la suplente del candidato ante la acusación de que “en el PRI son unos rateros que están jodiendo a la gente”, recorrido domiciliario en el Campamento 2 de octubre, 27 de mayo de 1997.

Capítulo 4 Conclusiones: campañas y comportamiento político.

Esta parte del estudio es un análisis del comportamiento de las personas que se pretende dar a conocer los distintos elementos contenidos en la cultura política. Por medio de las observaciones presentadas en los anteriores capítulos se presenta una reflexión del comportamiento político que retoma las conductas más comunes dentro de la relación candidatos-votantes. Dicha reflexión tiene fundamento en la investigación realizada en las campañas electorales, así como en la información obtenida en la segunda parte de la investigación posterior a las campañas.

Los resultados de la investigación realizada durante y después de las campañas serán retomados con la intención de mostrar los elementos que caracterizan la percepción ciudadana sobre su entorno político y cómo dicha percepción influye en su comportamiento social y político. Según Juan Reyes del Campillo, es detrás de dicho comportamiento como se puede conocer la cultura política: "Por cultura política hemos de entender la visión del mundo —conjunto de valores, sentimientos, y opiniones relativamente estables— en torno a la realidad política de una nación. Al hablar de cultura política nos referimos, entonces, a esa síntesis heterogénea de apreciaciones subjetivas que dan cuerpo a la identidad del individuo en la colectividad y que resultan ser condicionantes del comportamiento político".²³ Con base en esta definición se pretende analizar el comportamiento observado durante las campañas para, posteriormente, conocer los elementos y características de la cultura política, al menos en cuanto al ámbito referente a las campañas estudiadas.

Con este propósito realizamos la clasificación de las conductas adoptadas por los ciudadanos frente a los candidatos, con base en aquellas que presentaron mayor regularidad durante las campañas electorales. Dichas conductas se consideran importantes porque atravesaron por las tres campañas estudiadas sin que el comportamiento de las personas y el tipo de relación que entablada con el candidato variara de un partido a otro. Dicha clasificación se presenta de la siguiente forma:

Los casos donde su comportamiento era agresivo: reclamaban a los candidatos por la situación económica del país; por los errores que, en general, habían cometido los partidos; por corrupción; por el abandono en que tenían a toda la sociedad, y por los problemas que les aquejaban en general particulares o de la nación. Esto daba cuenta de la opinión que se tiene acerca de la forma en que se ha dirigido al país. Los comentarios de las personas, en primer lugar, dejaban ver enojo y decepción hacia el sistema que ha gobernado al país; en segundo lugar, mostraban la importancia que adquieren las elecciones en la actualidad. Las personas expresaban su incredulidad hacia los representantes de los distintos partidos, quienes eran catalogados como corruptos y que, según frases retomadas de las conversaciones, solo querían el poder y acudían a visitarlos porque necesitaban su voto.

Los casos donde se negaban a recibirlos por no tener tiempo de atenderlos: aquí se veía la indiferencia de las personas al parecerles infructuoso salir a conocerlos y platicar con ellos. Al parecer, según casos presentados con anterioridad, era una pérdida de tiempo atender a los candidatos.

Los casos en los cuales recibían a los candidatos con cierta indiferencia: era característico que los trataran amablemente sin hacer ningún comentario, pregunta o petición. Simplemente eran atentos a la presentación y los despedían con frases como: "que tengan suerte". Quedaba demostrada la falta de

²³ Juan Reyes del Campillo, (coord.), *Partidos, Elecciones y Cultura Política en México*, UAEM-UAM-COMECSO, México, 1994. pág. 302

interés en lo que los candidatos propusieran u ofrecieran y, en general, por lo que pasara en el proceso electoral.

Los casos donde apoyaban plenamente a los candidatos: apoyo ofrecido ya fuera porque siempre habían votado por determinado partido, porque eran militantes del partido o porque les habían resuelto algún problema. En ninguno de los casos se notó una afiliación por el pleno conocimiento y convencimiento de la plataforma política del partido.

Haciendo un balance general de la clasificación anterior y de lo observado durante la campaña, *es posible concluir que fueron menos frecuentes las ocasiones en que los distintos candidatos encontraron un apoyo incondicional basado en un apego ideológico que involucrara pleno convencimiento de las plataformas de los partidos, razón por la cual la clasificación que contuviera esas características fue omitida.* Revisando los casos presentados en los anteriores capítulos encontramos que por lo general las personas mostraron su indiferencia al no tener comentarios y permitiendo simplemente que el candidato hablara, les entregara lo que tuviera que darles y despedirlo amablemente.

Son de consideración los casos donde las personas aprovecharon el momento para hacer peticiones que no tenían que ver con la verdadera función de los candidatos, únicamente se remitían a pedir servicios a sus colonias o, incluso, que les resolvieran problemas familiares. *La petición de demandas nos muestra que el grado de información con la que contaban las personas era deficiente y que, en realidad, no tenían ningún conocimiento acerca de la función de los candidatos, éstos eran vistos, simplemente, como una posibilidad para que se les resolvieran problemas inmediatos.* Por su parte, los candidatos adoptaban y aprovechaban el papel que se les imputaba y se mostraban decididos a apoyarlos en sus demandas, siempre aparecieron como personas interesadas y dispuestas a resolver los problemas de las personas que habitaban su distrito. Las personas los percibían como redentores y, éstos a su vez, a pesar de saber que aunque ganaran no estaba en sus manos resolver cierto tipo de peticiones, representaban dicho papel como una forma de chantaje para lograr sus objetivos.

¿Cuál es la función de los diputados federales?

	Frecuencia	%
No sabe	229	63.8
Gestionar leyes a nivel federal	46	12.8
Apoyo a las necesidades de la comunidad	26	7.2
Atender los problemas del país o de los Estados	24	6.7
Lo mismo que el local pero a nivel estatal	13	3.6
Otro	7	1.9
Solo ven por su propio interés (son corruptos)	7	1.9
Resolver los problemas de la ciudadanía	5	1.4
Ser representantes de los Estados en el Congreso	2	.6
Total	359	100.0

La información sobre cuestiones políticas en nuestro país es un aspecto que debe retomarse en el estudio de la cultura política ya que, es un elemento de ésta que habla del grado de interés de las personas en dichas cuestiones, y ayuda a definir de una manera más consciente lo que se busca y lo que se puede encontrar en un determinado partido o candidato. En términos de Jorge Alonso: "la

información política estimula lo que podríamos llamar un celo participativo o dicho en términos de Almont y Verba, un sentido de competencia que no es sino una disposición a tener injerencia en los asuntos políticos”.²⁸

De acuerdo a lo observado durante la investigación, el grado de información política de las personas quedaba al descubierto con el tipo de peticiones hechas a los candidatos. Estas dejaron ver la falta de conocimiento que existe acerca de las funciones de los candidatos. El tipo de relación entablada entre el candidato y sus posibles votantes reflejaron, por un lado, que *la injerencia en los asuntos políticos de la que habla Alonso es un fenómeno limitado* y, por otro lado, que *la información política es un aspecto escasamente considerado por las personas quienes la dejaron de lado para dar paso a un tipo de relación que conlleva la satisfacción de intereses particulares por medio de un compromiso moral*. Dicho compromiso implicó empeñar el voto en la espera de la resolución de problemas específicos.

La falta de información observada durante y después de las campañas, como lo muestra el cuadro anterior, permite obtener algunas conclusiones sobre lo que representan un proceso electoral para las personas y para los aspirantes a ocupar puestos políticos. Se puede constatar que *en la práctica las personas no están interesadas en la elección de sus representantes*. Las campañas elaboradas como un espacio para conocer a los candidatos, propuestas y plataformas de cada partido, como lo demuestran las observaciones hechas en los capítulos anteriores, se vieron convertidas en un espacio adecuado para obtener beneficios particulares a cambio del empeño del voto. Este hecho se puede constatar en el escaso conocimiento que se tiene acerca de las funciones de dichos representantes así como también, en la apatía reflejada para acercarse a algún partido y conocer e informarse acerca de sus candidatos y propuestas ya que, como se pudo observar, aunque fuera el partido o candidato quien se acercara a los hogares de las personas, éstas no eran removidas para acudir a su llamado.

Durante la investigación la apatía y falta de participación de las personas fue un fenómeno constante que tuvieron que enfrentar los distintos partidos. Este fenómeno resulta de gran importancia para el estudio de la cultura política ya que, a través de éste se pueden conocer otros elementos que la conforman y que tienen que ver con la organización social y la participación de las personas en actividades dirigidas a la defensa de sus intereses de grupo. Según Alducin Abitia: “*La participación en asociaciones es un índice que refleja el carácter político y social de la población, así como su grado de organización*”.²⁹ Así en el estudio de la cultura política la participación de las personas en asociaciones vecinales o de cualquier otro tipo dirigidas a la defensa de sus intereses sirven para mostrar del grado de interés político de la población.

Dentro de la investigación la propuesta de Alducin resulta útil debido a que tanto las campañas como el proceso electoral significan un espacio donde están en juego intereses de grupo que requieren de la atención y participación de las personas. Además, la asociación fue un aspecto que salió a relucir en dichas campañas, ya que fue ahí donde las personas buscaron la resolución de problemas que afectaban a un número considerable de vecinos quienes, por evitar reunirse para darles solución, prefirieron aprovechar las circunstancias y solicitar a los distintos candidatos su apoyo.

²⁸ Alonso Jorge (coord.), *Cultura política y educación cívica*, México, Porrúa, 1994, pag. 39.

²⁹ Alducin Abitia, Enrique, *Los valores de las mexicanas*, tomo II, México, Formento Cultural Banamex, A. C., 1991.

¿Pertenece usted a alguna organización vecinal?

	Frecuencia	%
No, por falta de tiempo	48	25.1%
No	30	15.7%
No, no hay organización o cooperación	18	9.4%
No, para no tener conflictos	16	8.4%
Para estar enterado y participar	14	7.3%
No, no se resuelven los problemas	14	7.3%
No, cada quien ve por si mismo	12	6.3%
No, otro	9	4.7%
No, por mala relación con vecinos	7	3.7%
No, no hay comunicación	7	3.7%
No, no sabe si hay alguna organización	5	2.6%
Si	3	1.6%
Si, otro	3	1.6%
No respondió	2	1.0%
Representante vecinal	1	0.5%
No, ya obtuvo el beneficio	1	0.5%
Si, obtuvo u obtendrá un beneficio	1	0.5%
Total	191	100.0%

En este sentido los datos obtenidos antes y después de las campañas nos permiten ir más allá del momento en que se enfrentan votantes y candidatos para ver la importancia que tiene la organización entre las personas. Como se pudo observar en campaña, la mayoría de las personas expusieron problemas de servicios a los candidatos pero, si esto se contrasta con el grado de participación en organizaciones vecinales, resulta que las personas no tienen disposición para cooperar en grupo en la búsqueda de un beneficio común.

En el caso de las campañas electorales, la falta de participación y organización se comprobó observando el comportamiento adoptado frente a los distintos candidatos, comportamiento que, tomando en cuenta el tipo de peticiones hechas, reflejaba cierta dependencia. Esto sirve para concluir: que atribuir a los candidatos y gobierno este tipo de funciones implica dejar de lado la responsabilidad personal y de grupo. Las peticiones hechas a los candidatos muestran la falta de organización debido a que, en cuanto a servicios, las personas no son capaces de solucionarlos en grupo y prefieren solicitarlo a los candidatos, mostrando su falta de iniciativa e interés para organizarse y resolver los problemas que aquejan a sus colonias. Las fallas en los servicios a las colonias eran abandonadas, alegando que dichas dependencias no les hacían caso o que solo querían dinero⁸⁹ y dejan de lado otras posibilidades que podrían existir sin necesidad de recurrir al gobierno. Los problemas que en ocasiones afectan a toda una manzana son ignorados en espera de que el gobierno o las personas de la delegación les den solución, esto con la firme postura de que es obligación de dichas instituciones. Al no existir iniciativa se acercan a los candidatos, como se pudo observar, no porque les interese saber quiénes son o qué proponen

⁸⁹ Durante el transcurso de las campañas fueron comunes las quejas por problemas que la Delegación no había atendido. Campaña del PRD, una persona se queja porque no se le ha dado mantenimiento a los tanques estacionarios de los edificios, según comentario de la persona, desde hace varios años le pidieron apoyo a la delegación pero, éstos no le dieron importancia y, actualmente, los tanques ya no daban servicio. Por lo que, cada departamento tenía su propio tanque de 20 k, eso les preocupaba porque en cualquier momento "puede ocurrir una desgracia". Unidad Habitacional Infonavit, Iztacalco, 20 de mayo de 1997.

sino, pensando en que, por un lado, sus peticiones serán resueltas y, por otro lado, el voto es negociable y se puede otorgar a cambio de la solución de una demanda.

La falta de iniciativa para organizarse y para informarse políticamente es un comportamiento común que puede ser explicado si nos remitimos a la historia de nuestro país. Es ahí donde es posible encontrar a partir de qué momento las personas empiezan a perder interés en las cuestiones políticas y cómo se va conformando la apatía y desinterés de las personas. Retomando la historia, esta manera de comportarse puede ser concebida como *producto de una idea paternalista arraigada en la mentalidad de las personas quienes buscan un gobierno benefactor dispuesto a apoyarles y que, al no existir, los predispone a actuar con dicha apatía frente a la política*. Esta imagen paternalista del gobierno o del "buen gobierno" repercute en su relación frente a sus representantes o posibles representantes, ocasionando que las personas se acerquen a ellos esperando que todo les sea resuelto y otorgado por el gobierno y, si éste no les da solución a sus peticiones, prefieren enfrentar sus consecuencias antes que buscar la forma de resolverlos por sí mismos. La falta de capacidad de organización ha provocado que los problemas que afectan a un grupo sean dejados de lado.

En los únicos casos donde se notó cierta participación fue en los militantes de partido quienes apoyaron a los partidos en sus campañas por las distintas colonias. Estas, como se pudo observar, la mayoría de las veces, estaban ahí por cuestiones que no tenían nada que ver con el pleno convencimiento de que el partido representara su mejor opción sino, por cuestiones materiales y de interés personal que tenían que ver con dinero, empleos, vivienda, etc. Estas personas participaron en la defensa de intereses muy particulares como ya lo mencionó Hector Tejera Gaona: "La actividad proselitista de la campaña de cada uno de los partidos estudiados estuvo, además, matizada por los deseos y aspiraciones políticas de los militantes e integrantes de los comités, para quienes la contienda electoral es una oportunidad única, o que se presenta en el mejor de los casos cada tres años, para adquirir mayor prestigio vecinal, lograr o validar cierto liderazgo o incluso ascender en la jerarquía partidaria."²² Este hecho se puede constatar con la entrevista hecha a un militante del PRD:

Trabajó como brigadista del PRD primeramente con la candidata a diputada local y, posteriormente, con el candidato a diputado federal. Ingresó al PRD "por dinero", según sus palabras, la señora Cristina (militante del partido) lo invitó a participar y aceptó, aunque era partidario del PAN, no dio razones. Inicialmente le pagaban por el poco trabajo que realizaba pero, según él, cuando decidió integrarse a la campaña del candidato a diputado federal, fue lo contrario trabajaba mucho más y no le pagaban. Esto a él no le importaba porque para entonces, según sus palabras, él ya trabajaba por gusto, por ayudarle al ahora diputado, ya que; éste "decía que haría muchas cosas para el distrito y además prometía ayudarlos".

Actualmente está muy decepcionado del diputado ya que "nunca se ha parado por el distrito y, además, se olvidó de las personas que lo apoyamos en la campaña y ni agradeció, cuando ganó sólo dio las gracias a su hijo por haberle coordinado la

²² Tejera Gaona, Hector, "Encuentro de expectativas. Las campañas políticas para diputados y la cultura política en el Distrito Federal" en *Nueva Antropología*, vol. XVI, núm. 54, junio 1998, pp.32-78.

campana". La opinión que tiene del diputado es que: éste se dice socialista y hasta el momento sólo se ha ocupado de sus propios intereses y les ha dado trabajo sólo a sus amigos y conocidos más cercanos y, por lo tanto, "dónde está la igualdad que él pregona".²⁹

Esta entrevista permite observar cómo las campañas fueron convertidas en un espacio donde se jugaron intereses personales y donde las personas inmiscuidas intentaron de alguna forma beneficiarse, en este caso, a largo plazo sin tomar en cuenta la verdadera función de las campañas. La plática sostenida con esta persona no sólo habla de la decepción hacia un partido o candidato sino, habla de otro tipo de decepción experimentada por no haberse cumplido las expectativas formadas durante campaña que le permitirían obtener un buen empleo con el apoyo de su candidato, esta decepción provoca el enojo por que su candidato se "olvido de los que lo apoyamos en la campaña". A pesar de manifestar que trabajaba para el partido por convicción sus comentarios dejan ver otro tipo de interés relacionado con algún tipo de pago por sus servicios durante campaña, es decir, trabajó sin pedir un sueldo pero esperando ser tomado en cuenta de alguna manera cuando su candidato ganara.

Las conductas como las retomados anteriormente y otras como son: desesperación por la situación económica, esperanza en que dicha situación cambiara, decepción e incredulidad porque sólo se les atendía cuando eran tiempo de campaña fueron un hecho comúnmente observado durante la relación entablada entre los candidatos y las personas. Esta forma de comportarse pone en duda la verdadera función de las elecciones y marcan el proceso electoral restándole credibilidad. En el transcurso de las campañas se puede observar la desconfianza que prevalece entre la población acerca de si en verdad se trabajará para la población. Dicha desconfianza también provocó que la mayoría de las personas se acercaran a los candidatos buscando beneficios inmediatos creyendo que sólo en esos momentos estarían dispuestos a apoyarles, esto se vio reflejado en frases como: "sólo se acercan a nosotros cuando necesitan el voto". Frases armadas de esta forma dotaban a la campaña de características que tenían que ver con un espacio de intercambio o de negociación donde las personas otorgaban su voto a cambio de la satisfacción de una demanda o de algún regalo. La verdadera función de la campaña era ignorada o dejada de lado, igualmente, las propuestas y cuestionamientos acerca de su futuro trabajo eran olvidados por ambas partes.

Este tipo de relaciones entabladas entre candidatos y votantes considerada como una relación clientelar es un fenómeno que se sigue practicando en el transcurso de las campañas donde se pone en juego el voto. Cuando esta relación se establece, los individuos conocen o se predisponen a actuar de determinada forma, los candidatos asumían la posición de redentores de la población³⁰. Se acercaban en una posición subordinada pidiendo les expusieran sus problemas condicionando el voto de tal manera que si se les otorgaba sus demandas serían resueltas o, en algunos casos, la resolución de éstas era la llave para que el voto fuera otorgado. Por su parte, las personas buscan la atención a sus necesidades inmediatas pensando que las campañas son el momento adecuado para que sean atendidas ya que, según sus frases, pasando el proceso electoral serán "olvidados", por lo tanto, no dejan pasar la oportunidad que se les presenta. Así, la campaña electoral se ve convertida, en ambos casos, en una negociación donde lo único que importa es lo que se ofrece a corto plazo. Dicha negociación permitía la obtención de beneficios para ambas partes. Los candidatos se comprometían o, simplemente

²⁹ Entrevista hecha a un brigadista del PRD. Eduardo Zedillo, Colonia "Campamento 2 de octubre", 18 de febrero de 1998.

³⁰ Esta frase es utilizada en el sentido de que se habían aparecer como personas que venían a ayudar solucionando los problemas del electorado.

mostraban comprensión ante los problemas que les eran expuestos como una forma de ganar la simpatía de las personas y éstas empeñaban el voto en la búsqueda de un beneficio inmediato.

Tratando de dar explicación a este fenómeno, encontramos que *la relación clientelar expresada en la negociación tiene sus fundamentos en la falta de canales de comunicación entre el gobierno y la población*. Las personas expresan ese sentimiento de abandono al sentir que no pueden acceder ni influir en esa capa del poder para hacer llegar sus necesidades quejas o inconformidades. En este sentido, la negociación surge como producto de la falta de canales de comunicación entre el gobierno y la población y se refleja en esa oportunidad que se presenta para ser escuchados y que es utilizado para la resolución de demandas o reclamos específicos, los candidatos son presentados o percibidos como una forma de acceder a un espacio, limitado para algunas personas, donde existe la posibilidad de resolución. Dentro de este espacio, la llegada de los candidatos a las colonias es visto como una oportunidad para que expresen sus pesares, necesidades y reclamos, son un medio para que esos sentimientos lleguen a quien culpan de su situación de "abandono" en la que han vivido.²¹

Aunado a ese sentimiento de abandono, existe otra forma de percibir la visita de los candidatos por las colonias. Dicha percepción tiene que ver con un intercambio de favores entre ambas partes donde una espera ser complacido con obsequios o la atención a sus quejas, a cambio de esto la otra parte espera se le empeñe el voto. Este fenómeno se ve reflejado en las personas con frases como: "sólo cuando necesitan el voto vienen" dejando claro que el voto lo "necesitan" los candidatos, por lo tanto, se vuelve un objeto de intercambio. En el caso de las observaciones hechas con el PRI sin excluir las otras campañas, esto se vislumbra con más regularidad, como lo demuestran los casos anteriormente expuestos, las personas creían merecer un trato especial por el hecho de haber votado por ellos en elecciones anteriores. Este comportamiento proyecta una imagen de las campañas que permite concluir que, tanto para la gente común como para los candidatos, éstas no están cumpliendo los objetivos de competencia a nivel propuestas electorales que implican sino, se convierten en una competencia entre partidos donde el ganador será quien pueda y esté dispuesto a complacer a las personas con bienes materiales e inmediatos. Esto se puede concluir del comportamiento de los candidatos y personas durante las campañas pero, en los resultados electorales vemos que esto no fue determinante al momento de decidir el voto.

Las campañas y el proceso electoral aparecen como una lucha, a corto plazo, por ganarse el voto, representan un espacio donde votantes, redes sociales y candidatos defienden sus propios intereses apoyándose uno a otro en la espera de favores especiales. Esto ha provocado que la eficacia y verdadera función de las elecciones, otro punto que proyecta la credibilidad y noción de la elección de representantes, se distorsione y pierda credibilidad en la búsqueda de beneficios inmediatos por medio de un mero intercambio de favores. Intercambio que no sólo se vislumbra en el comportamiento de las personas sino, en la de los candidatos quienes han coadyuvado, igualmente, a la distorsión de las campañas y el proceso electoral. Estos alimentan esa noción de las campañas evadiendo su verdadera función y agradando a las personas ya sea con regalos, eventos para complacerlos o presentándose ante ellos comprensivos y dispuestos a ayudarlos en la resolución de sus demandas para que éstos les otorguen el voto sin necesidad de un compromiso que implique la realización de propuestas. Como se pudo observar, ninguno de los partidos están dispuestos o capacitados para competir con propuestas a futuro y para lograr sus objetivos y utilizan otro tipo de tácticas como buscar el contacto con las personas en sus hogares sin que hubiera un planteamiento claro de sus compromisos de campañas, éstos sólo eran mencionados o armadas en el momento en las pocas ocasiones que los solicitaron.

²¹ Frases retomadas del discurso de las personas visitadas.

Como se pudo observar con el comportamiento de los candidatos, la mejor arma que tienen y utilizaron para tratar de convencer que son la mejor opción es presentarse dispuestos a apoyar a su electorado armando sus propuestas de acuerdo a las circunstancias que se les presentan. Es conveniente aclarar, no está en cuestión si los representantes tengan o no la obligación de resolver las necesidades más mínimas sino que, como un requisito para obtener votos, adopten esa postura y se muestren dispuestos a satisfacerles como si dicha obligación existiera; lo que se cuestiona es que asuman el papel de redentores sin aclarar que, en ocasiones, lo que se les solicita no está dentro de sus funciones. De esta manera, en la búsqueda de beneficios particulares, los candidatos contribuyen a alimentar una idea errónea de su función como representantes y de la misma campaña.

Dentro de la función que están teniendo las campañas en la percepción de las personas sale a relucir también su percepción acerca de su entorno político. Es aquí donde se muestra la legitimidad del gobierno y el papel que ha jugado en la conformación de dichas percepciones, lo cual se ampliará más adelante. Como ya se mencionó en el párrafo anterior, la percepción de las personas se ve influenciada o manipulada por los posibles representantes del gobierno quienes prefieren presentarse como las personas adecuadas para satisfacer sus reclamos antes que hablar de su verdadera función. Así, a largo plazo, al evadir los compromisos hechos de palabra durante las campañas y los verdaderos, se va deslegitimando al gobierno y sus representantes creando la imagen de un gobierno manipulador que sólo pretende ganarse el voto con chantajes dando pie a reclamos como: "sólo nos visitan cuando quieren el voto y luego se olvidan de nosotros".

Retomar estas cuestiones resulta importante debido a que es un condicionante del comportamiento político. Los candidatos y representantes de gobierno, a través de su desempeño, han provocado ciertos choques entre los imaginarios de las personas y la realidad. Esto pudo observarse en el transcurso de la campaña donde las personas, a partir de la idea que tiene de lo que debe ser un buen gobierno y de lo que en la práctica había sido su desempeño, juzgaba y calificaba a los que pretendían obtener un puesto en dicho gobierno. De hecho, la mayoría de comportamientos observados durante campaña se pueden explicar a través de la reacción (sentimientos de abandono, reclamos, quejas, demandas, etc.) que causaba el enfrentamiento de esos imaginarios con la realidad. Durante la campaña fue posible observar la decepción de las personas por la forma en que se ha gobernado al país, ésta decepción se vio reflejada en una reacción agresiva ante las situaciones donde podían expresar su opinión a quienes creen son los causantes de los problemas del país. Haciendo un balance de las campañas se puede encontrar que el partido que más enfrentó estas reacciones fue el PRI. Dentro de las otras campañas en cuestión, el planteamiento anterior, se vislumbra en algunas agresiones hechas a los candidatos como parte de ese sistema y en la indiferencia mostrada hacia ellos, indiferencia que puede ser explicada como sentimiento de incapacidad para cambiar la situación o como una idea generalizada acerca de que ganara quién ganara la situación del país seguiría en las mismas condiciones. Este sentimiento puede ser ejemplificado con la siguiente entrevista:

Uno vota nada más porque sí:

En respuesta a la encuesta aplicada contestó que no le gusta participar en organizaciones porque cree que dentro de ellas no hay soluciones "sólo se pierde el tiempo y se buscan problemas porque no se ponen de acuerdo". Dice que de Cárdenas espera que haga lo que hacen todos "robar", porque mientras no tienen el puesto prometen y cuando "están ahí" se olvidan de todo. Cree que los partidos políticos "son puros mitoteros" porque cuando ven el dinero se olvidan de lo que

prometieron. En cuanto a sus razones de voto dijo que "a veces uno vota nada mas porque sí" porque "ya no sabe uno a cuál irle, todos son iguales" y ahora que perdió el PRI está todo desorganizado. Ella vota por el que sea, vota porque "es obligatorio" y necesario porque la credencial de elector "en todos lados la piden", "nada más es por ir a votar"; no vota porque crea que un determinado partido le convenga sino, por el simple hecho de votar. No conocía las propuestas del partido por el que votó "sólo voy por ir" y cree que "todas las personas van con esa idea". En cuanto a su opinión de los candidatos y partidos no dijo nada sólo que le daba gusto que hubiera perdido el PRI.²⁹

Esta entrevista resulta ser muy ilustrativa en cuanto a la noción que se tiene de la política en nuestro país y que ha hecho que se desconfíe de los candidatos y se pierdan los objetivos de la campaña haciéndola, a juzgar por el comportamiento de las personas, inútil en cuanto motivar el interés y preocupación de las personas por elegir a sus representantes. Pero otorgándole una función de requisito para obtener y cambiar de manos los puestos en el gobierno para "robar" sin que cambie la forma de gobernar, es decir, sin que existan beneficios para la población que es lo que están pidiendo.

Haciendo un recuento de las conductas adoptadas durante la campaña y retomando las más comunes observadas en la relación candidato-votante se puede hacer una generalización acerca de la percepción de ambas partes. Es aquí donde se puede encontrar que las personas perciben al sistema político como una esfera opuesta a sus intereses constreñida a defender objetivos diferentes que, no necesariamente, tienen que coincidir con los suyos. Esto puede ser explicado tomando en cuenta sus valores y creencias inmersos en dicha percepción que tienen que ver con la forma en que dividen y seleccionan valorativamente la información que obtienen de la realidad. Dicha información será clasificada por medio de un acuerdo común acerca de lo que se considera bueno y malo para un grupo determinado que comparte esos valores y creencias.

Esto ayuda a clarificar por qué existe la desconfianza de las personas hacia las cuestiones políticas del país el cual, según lo anterior, es producto de esos valores y creencias, reflejados en comportamientos, que aluden a la separación de la política en dos esferas: la del gobierno o de los malos y la del pueblo en general o de los buenos y afligidos. Esta separación ha provocado que esas ideas dominen en su relación y, las personas, en este caso los afligidos, busquen la manera de acceder a esa esfera para ser escuchados y atendidos.

Es en esta manera de relacionarse donde, tal vez, se pueden encontrar los fundamentos del clientelismo. Éste se convierte en un medio o canal para acceder a esa otra esfera, es en esa manera de relacionarse donde se definen sus características que tienen que ver con la obtención de beneficios a cambio del voto o de la afiliación a determinado partido. La relación de los candidatos con las personas durante la campaña implicaba manejar las situaciones de tal manera que el intercambio o negociación del voto no fuera explícito sino, se efectuara como un agradecimiento por soportar situaciones que les perjudican y por el "olvido" en que se les tiene o según frases muy concretas: "no se olvide de nosotros cuando éste allá arriba", es decir, cuando se formara parte de esa otra esfera que está dispuesta o predispuesta a perjudicarlos si le es conveniente a sus intereses.

²⁹ Colonia Campamento 2 de octubre, 24 de marzo de 1998.

Error

An error occurred while processing this page. See the system log for more details.

La separación de la política en dos esferas también fue posible observarla en los discursos de los candidatos. Estos al igual que los discursos de las personas manifestaron dicha separación al utilizar frases que tienen que ver con la pertenencia a un grupo, el del pueblo en general, creando la imagen de que todos pertenecían a una misma esfera y, por lo tanto, gobernaría para "nosotros", es decir, para todo el grupo porque "nosotros somos los amolados". En los discursos, sin intentar hacer un análisis detallado sino, basándome sólo en lo observado, éstas frases infundían ese sentido de unidad y pertenencia tan buscado por las personas, según sus frases, que les permitiera sentir que estaban dentro de una misma esfera y serían tomados en cuenta. En estos discursos los candidatos se excluían de la esfera de los gobernantes considerándola como algo ajeno a sus intereses.

La falta de legitimidad del gobierno fue un aspecto común en el transcurso de la campaña. El comportamiento de las personas observado, la indiferencia y enojo hacia el sistema fue una reacción constante ante la presencia de los distintos candidatos sin importar el partido. Para hablar de los fundamentos de esta falta de legitimidad se debe empezar por conocer lo que es un buen gobierno para las personas y lo que esperan de dicho gobierno. Como ya se mencionó con anterioridad, en las personas siguen vigente la idea de un gobierno benefactor dispuesto a trabajar en beneficio de la población y, además, que estos beneficios sean objetivos o, concretamente esos beneficios se reflejen en sus bolsillos. Esta idea es producto de una creencia enraizada en la población acerca de lo que debe ser un buen gobierno y que siguen generando determinadas expectativas en la población. En la actualidad esos intereses ya no son compatibles con la realidad, los gobiernos no cumplen con las expectativas que están buscando, su idea de un buen gobierno no se asemeja con la realidad.

De acuerdo a las observaciones hechas en la campaña, un buen gobierno tiene que estar al pendiente y resolverle sus necesidades y problemas, además, que eso suceda sin que tengan que mover un dedo. Este tipo de actitud que puede llamarse paternalista tiene sus fundamentos desde la revolución de 1910 cuando, según Jorge Alonso, el régimen de la revolución se implanta y "plantea como uno de sus objetivos centrales la conquista de justicia social, la *meritocracia* como forma de ascenso social, la equitativa distribución de las oportunidades de desarrollo personas (como educación, trabajo, etc.) y de los distintos satisfactores sociales (como el ingreso, la vivienda, salud, etc.)". Esto queda mejor definido en la Constitución de 1917 cuando se implanta la obligación del Estado de crear la escuela pública y la educación como un derecho de todos, la propiedad ejidal y una legislación laboral. Es a partir de aquí cuando el Estado surge o se nombra como el encargado de cuidar los intereses de la población. Este papel se ve reforzado en el período de Lázaro Cárdenas quien se caracterizó por el gran apoyo que brindó a los trabajadores al pueblo en general razón por la cual marcó la memoria colectiva y aún es recordado de manera positiva.✽

Los antecedentes históricos actualmente no han sido olvidados y sirven para explicar el comportamiento de las personas que lo siguen resaltando en períodos donde está por definirse representantes de gobierno. El recuerdo de Lázaro Cárdenas y la forma en que apoyo al pueblo hizo crecer su popularidad hasta nuestros tiempos donde las personas anhelan revivir ese período y buscan en sus representantes políticos a ese personaje. La falta de un líder con esas características ha provocado el crecimiento de un resentimiento hacia esos representantes incapaces de cumplir con esas expectativas

✽ Este hecho fue evidente en una de las charlas que sostuvo el candidato del PRD con una pareja de personas de edad avanzada: el candidato se acerca a darles propaganda y la pareja le pregunta si es integrante del PRD, éste le contesta que sí y dice: "le dejo mi propaganda para que usted y su familia estudien nuestras propuestas", la pareja agrega "no ser necesario que nos deje propaganda nosotros somos perredistas desde que Cuauhtémoc Cárdenas estuvo en la presidencia, déjesela a gente que no cree en el cambio, en mi familia todos votaremos por ustedes y espero que ahora si se dé el cambio que anhelamos", col. Nativitas, 28 de mayo de 1997.

del buen gobierno y, al contrario, los han marginado en "el olvido" razón por la cual crecen las quejas de la población quienes los culpan de su situación económica. En las campañas fue frecuente observar a las personas culpando a los candidatos y al gobierno de dicha situación. Estas reacciones son una expresión de la percepción de las personas que tiene que ver con la explicación antes hecha. En estos casos se culpa a los candidatos porque se cree que tienen la obligación de proveerlos de todos los medios necesarios para satisfacer sus necesidades.

En este sentido vemos una continuidad en el comportamiento y expectativas de las personas quienes siguen esperando a ese líder dispuesto a atenderlos en sus necesidades. Podemos encontrar que las personas no se interesan en cuestiones políticas, no participa ni se organiza políticamente en la defensa de sus intereses porque no está preparada ni tiene la experiencia necesaria para hacerlo porque arrastran ese paternalismo que les ha hecho creer que le corresponde al gobierno estar al pendiente de ellos. En otro ámbito, esas ideas se han convertido en un motivo de la falta de legitimidad del gobierno, la confianza y credibilidad del gobierno se ha perdido porque ya no está respondiendo a las expectativas de la población, al contrario, se han volcado hacia él porque, además, sienten que está abusando del poder que han puesto en sus manos robando al país. De ésta manera, se puede concluir que la falta de participación política de las personas puede ser producto de, por un lado, la creencia en que el gobierno tiene la obligación de proveerlos y ayudarlos en la satisfacción de sus necesidades. Por otro lado, la falta de legitimidad del gobierno provocado por sus abusos y falta de apoyo hacia la población en general expresada en la desconfianza hacia el mismo sistema político.

Del comportamiento observado durante la investigación revela no un cambio en la cultura política pero sí, la búsqueda de un líder que, como en el pasado, los tome en cuenta y los considere para que puedan ver mejoras en el ámbito económico y en su calidad de vida para que esto, a largo plazo, resuelva otro tipo de problemas sociales (revueltas y protestas) y políticos (confianza e interés en la política) que aquejan a la población como son: la falta de oportunidades para superarse y la falta de credibilidad en cuestiones políticas. La búsqueda de ese líder dispuesto a dar resolución a estos problemas ha sido un aspecto dentro de la política que ha repercutido en las campañas y procesos electorales los cuales ahora son tomados con apatía. Dicha apatía producto también de un sentimiento de incapacidad que experimenta la población para lograr cambiar dicha situación ha repercutido en la eficacia de las elecciones haciéndolas aparecer como fraudulentas y, las campañas como un mero requisito para el intercambio de personas en los puestos de gobierno.

Por un lado, la apatía, indiferencia y búsqueda de beneficios particulares reflejo de la opinión que se tiene de los procesos electorales y, por otro lado, la crisis económica, política y social que experimenta el país, así como también, la corrupción de los representantes políticos del país han generado un ambiente político carente de confianza. Ante estas circunstancias las personas han preferido mantenerse al margen de la política y buscar otras maneras de beneficiarse de ella, una de ellas ha sido intentar que los candidatos les resuelvan sus demandas o les den obsequios. Por su parte, los candidatos, aprovechando esta situación resuelven dichas demandas y prefieren dedicarse a crear las tácticas necesarias para satisfacerlos durante las campañas y dejan de lado la elaboración y aplicación de sus propuestas.

Los diferentes aspectos revisados con anterioridad producto de nuestra investigación permiten concluir que *la cultura política en nuestra sociedad no ha tenido variaciones a niveles profundos que permitan el cambio de percepciones de la población.* A pesar de que algunos autores manejen cambios, la revisión de lo observado durante las campañas nos dice que la cultura política o las creencias y valoraciones que ésta implica se mantiene. En el fondo de esos comportamientos permanecen los mismos fundamentos de hace años que han alimentado el paternalismo, corporativismo y clientelismo político. Lo importante a resaltar en este estudio es, tal vez, *el cambio en la forma de expresar las percepciones y creencias de las personas, las cuales, ahora*

son de apatía, indiferencia y, mayormente acentuado, el reclamo y enojo, etc. pero, éstas siguen teniendo como base la idea de un buen gobierno dedicado a satisfacer sus necesidades, permanece esa dependencia de las personas con respecto a su gobierno.

La búsqueda de un líder es una aseveración que puede ser confrontada con la idea de una nueva cultura política manejada por Jacqueline Peschard que sostiene: "La atmósfera que rodeó a los comicios de 1988 fue de amplia movilización ciudadana y los dos más fuertes candidatos presidenciales de oposición lograron convocar a amplias concentraciones de masas en la ciudad de México antes y después de la jornada electoral. Todo esto llevó a afirmar que los ciudadanos había despertado de su letargo y que la cultura política de los mexicanos había cambiado. En este contexto era esperable que las motivaciones del votante capitalino en 1988 hubiesen sido conscientes, directas y agresivas en términos cívicos, es decir, acordes con percepciones y actitudes propias de ciudadanos con voluntad para ser escuchados y tomados en cuenta."²³ En este sentido, se coincide con la autora en cuanto al poder de convocatoria de Cárdenas y su partido pero, esto no demuestra un cambio en la cultura política. Los datos obtenidos durante la investigación nos muestran que se busca a esa persona que cumpla con las expectativas de un buen gobierno, del que ya se habló con anterioridad. Como sostiene el autor, la oposición ganó terreno pero, *esto no implica un cambio en la manera de concebir a dicho gobierno que es donde se podría hablar de un cambio en la cultura política, la movilización ciudadana es a favor de un cambio de partido o de personas que satisfagan las expectativas de la población, es decir, no existe un cambio en la cultura política porque las personas siguen buscando un gobierno paternalista y protector.*

Es dentro de éste ámbito donde se puede explicar el triunfo de Cárdenas en el D.F., éste por un momento representó la posibilidad del cambio hacia ese líder dispuesto, tal vez como su padre, a proteger a la población. La aparición de Cárdenas en el ámbito político ofreció a las personas una esperanza. Por un lado, desde su aparición se presenta como un crítico del sistema y culpando, al igual que la población, al gobierno de la crisis y, por otro lado, la figura de su padre fueron aspectos decisivos dentro de su campaña para que se ganara la simpatía apoyo de una gran parte pero, su triunfo no tiene que ver con una verdadera elección fincada en el conocimiento y convencimiento de su persona y propuestas. Su triunfo es producto de la necesidad de un líder que cumpla con las características necesarias para mejorar la situación económica de las mayorías para que, objetivamente, se den los beneficios y, además, los proteja para que dejen de sentirse "abandonados".

Según Jaime Castrejón: "las actitudes de la sociedad han cambiado y han determinado otro perfil para la participación de líderes políticos potenciales".²⁴ Dentro de esta postura es donde, a mi parecer, los datos apoyarían una demostración. No se puede afirmar que haya un cambio en la cultura política pero, si hay ciertas modificaciones en su comportamiento como son el descontento y reclamos constantes de las personas observados durante las campañas.

Además, otro punto que ayuda a comprobar el paternalismo y dependencia de las personas respecto al gobierno es la derrota del PRI quien se mantuvo en el poder gracias a toda una estructura partidaria que le permitía hacer acto de presencia atendiendo las demandas de las personas. Al abandonar dicha tarea pierde el apoyo de su electorado quien ahora busca en otra persona la atención y satisfacción de esas necesidades que el PRI ya no está dispuesto a atender.

Como conclusión encontramos que en el comportamiento de las personas se sigue conservando una *imagen paternalista del gobierno*. La participación política de la que hablan algunos autores no tiene que ver

²³ Peschard, Jacqueline, "Las motivaciones del comportamiento electoral capitalino (1988)" en Jorge Alonso (coord.), *Cultura política y educación cívica*, México, Porrúa, 1994.

²⁴ Castrejón Díez, Jaime, *La política según los mexicanos*, México, Océano, 1995.

con el interés en inmiscuirse en asuntos políticos, ésta, si existe, se refiere a los reclamos por la desconfianza hacia el gobierno pero si se detiene a analizar los fundamentos de esos comportamientos se podrá observar que éstos tiene que ver con la dependencia de las personas con respecto al gobierno que ha provocado que las personas al sentirse ignorados buscan la manera de atraer su atención y exigir se le siga protegiendo.

con el interés en inmiscuirse en asuntos políticos, ésta, sí existe, se refiere a los reclamos por la desconfianza hacia el gobierno pero si se detiene a analizar los fundamentos de esos comportamientos se podrá observar que éstos tiene que ver con la dependencia de las personas con respecto al gobierno que ha provocado que las personas al sentirse ignorados buscan la manera de atraer su atención y exigir se le siga protegiendo.

Bibliografía

- Aguilar Camín, Hector et al., *En torno a la cultura nacional*, México, CNCA, 1989.
- Ai Camp, Roderic, *La política en México*, México, siglo XXI, 1996.
- Albarrán de Alba, Gerardo, "PRD: una campaña profesional y 63 000 brigadistas en acción casa por casa" en *Proceso*, núm. 1074, 1 junio 1997.
- Alducin Abitia, Enrique, *Los valores de los mexicanos: México en tiempos de cambio*, México, Fomento Cultural Banamex, A. C., tomo II, 1991.
- Almond, Gabriel, S. Verba, et al., *Diez textos básicos de ciencia política*, Barcelona, Ariel, 1992.
- Alonso, Jorge, "La antropología política y las elecciones en México" en *Nueva antropología*, vol. XV, núm. 51, febrero 1997.
- Alonso, Jorge (coord.), *Cultura política y educación cívica*, México, Porrúa, 1994.
- Alonso, Jorge, *Cultura política y partidos en México*, México, CIESAS occidente, 1994.
- Alonso, Jorge (coord.), *El nuevo Estado mexicano. Estado y política*, México, Nueva Imagen, tomo II, 1994.
- Alonso, Jorge (coord.), *El nuevo Estado mexicano. Estado. actores y movimientos sociales*, México, Nueva Imagen, tomo III, 1994.
- Arredondo Ramírez, Vicente, *Hacia una nueva cultura ciudadana en México, elementos para transformar a la sociedad mexicana*, México, UIA, 1996.
- Bobbio, Norberto, *El futuro de la democracia*, México, FCE, 1994.
- Buendía Laredo, Jorge y Leo Zuckermann Behar, "El blues de los abstencionistas" en *Nexos*, núm. 200, agosto 1994.
- Carbó, Teresa, *Educación desde la cámara de diputados*, México, CIESAS, 1984.
- Castañeda, José Carlos, "el desafío de la política" en *Nexos*, núm. 201, septiembre 1994.
- Castillo, Heberto, "Urge el cambio" en *Proceso*, núm. 974, 3 julio 1995.
- Castrejón Diez, Jaime, *La política según los mexicanos*, México, Océano, 1995.
- Cordova, Arnaldo, "los escenarios de las elecciones" en *Nexos*, Núm.200, agosto,1994.
- Cordova Vianello, Lorenzo, *Autoritarismo, democracia y gobernabilidad en el caso de México*, México, UNAM, 1995.
- Crespo, J. Antonio, "La cultura política después del 6 de julio" en *Nueva antropología*, vol.10, núm. 35, 1989.
- Crespo, J. Antonio, "Democracia, acción ciudadana y vida cotidiana" en Concha Malo Miguel, *Los derechos políticos como derechos humanos*, México, La jornada, 1994.
- Crespo, J. Antonio, "¿Tiene futuro el PRI?" en *Este país*, febrero 1998.
- Durand Ponte, Victor M., "La cultura política autoritaria en México" en *Revista de sociología*, México, vol. 3, 1995.
- Dussel, Peters Enrique, "La crisis mexicana: ¿últimas diez elecciones?", en *Nexos*, núm. 220, abril 1996.
- Escobar Villagran, Ana Linda y Hector Monges Moral, *Los símbolos políticos y el movimiento neocardenista en las elecciones presidenciales de 1988*, México, UAM – I, 1990.

- Fernández Christlieb, Fatima, "Qué hubo detrás de ese voto por el PRI" en *Nexos*, núm. 201, septiembre 1994.
- Giménez, Gilberto, *Cultura, identidad y discurso popular*, México, Colegio de Michoacán, 1995.
- Gómez Tagle, Silvia, *Las estadísticas electorales de la reforma política*, México, Colegio de México, 1990.
- Gómez Tagle, Silvia, "Participación ciudadana y democracia posible" en *Nueva antropología*, vol. XVI, núm. 54, junio 1998.
- González Casanova, Pablo, *La democracia en México*, México, Era, 1995.
- González Navarro, Manuel, *Psicología política en el México de hoy*, México, UAM – I y X, 1995.
- Jáquez, Antonio, "PAN: al ataque, con propaganda electrónica; a la defensa, contra el uso de recursos oficiales a favor del PRI" en *Proceso*, núm. 1074, 1 junio 1997.
- Krotz, Esteban (coord), *El estudio de la cultura política en México: perspectivas disciplinarias y actores políticos*, México, CNCA/CIESAS, 1996.
- Loeza, Soledad, "Me caí de la nube más alta", en *Nexos*, núm. 201, septiembre 1994.
- López Narvaéz, Froylan M., "Las pendientes del 97" en *Proceso*, núm. 1052, 29 diciembre 1996.
- Madrazo, Julio y Diana Owen, "1994: ¿quién votó por cuál partido y por qué?" en *Nexos*, núm. 202, octubre 1994.
- Mercado Gasca Lauro y Leo B. Zuckermann, "La encuesta a la salida de las casillas. Un vencedor más del 21 de agosto", en *Nexos*, núm. 201, septiembre 1994.
- Merino, Mauricio, *La participación ciudadana en la democracia*, México, IFE, 1995.
- Meyenberg Leycegui, Yolanda, "México: un caso de democracia tardía" en *Este país*, febrero 1998.
- Merino, Mauricio, "¿Qué pasó con la transición?", en *Nexos*, núm. 201, septiembre 1994.
- Monge, Raúl, "PRI: una maquinaria electoral reconstruida para evitar la derrota de sus candidatos a diputados" en *Proceso*, núm. 1074, 1 junio 1997.
- Monsiváis, Carlos, "Como que ya nos merecíamos esta fiesta" en *Proceso*, núm. 1079, 7 julio 1997.
- Morris, Stephen D., *Corrupción y política en el México contemporáneo*, México, Siglo XXI, 1992.
- Pérez Fernández Del Castillo, et al. *La voz de los votos: un análisis crítico de las elecciones de 1994*, México, Porrúa, 1995.
- Peschard Mariscal, Jacqueline, *Cambio y continuidad en el comportamiento electoral del Distrito Federal, 1988 – 1999*, México, Colegio de Michoacán, 1995.
- Prud 'Homme, Jean Francois, "elecciones, partidos y democracia", en J. Manuel Durand Ponte (coord.), *La construcción de la democracia en México*, México, Siglo XXI, 1994.
- Peschard Mariscal, Jacqueline, "ir a las urnas", en *Nexos*, núm. 200, agosto 1994.
- Reyes del Campillo, Juan et al. (coords), *Partidos, elecciones y cultura política en México*, México, UAEM/UAM/Comesco, 1994.
- Rojas Villareal, Rogelio Enrique, *Los partidos en México*, México, UNAM, México, 1974.
- Ros, Jaime, "la crisis mexicana: causas, perspectivas, elecciones", en *Nexos*, núm. 209, mayo 1995.
- Sartori, Giovanni, *¿Qué es la democracia?*, México, Nueva Imagen, 1996.
- Tejera Gaona, Héctor, *Antropología política: enfoques contemporáneos*, México, Plaza y Valdez/INAH, 1996.
- Tejera Gaona, Héctor, "Encuentro de expectativas. Las campañas electorales y la cultura política en el Distrito Federal" en *Nueva antropología*, vol. XVI, núm. 54, junio 1988.
- Tejera Gaona, Héctor, "No se olvide de nosotros cuando esté allá arriba" en *Este País*, febrero 1998.
- Valdés Vega, María Eugenia, "Una nueva legitimidad en el Distrito Federal. Las elecciones de 1997", en *Nueva Antropología*, vol. XVI, núm. 54, junio 1998.
- Villegas, Abelardo, "ingobernabilidad", en *Proceso*, núm. 974, 3 julio 1995.

ANEXO I

1. SIMBOLISMO

- 1.1. Concepto de simbolismo. Teoría
- 1.2. Simbolismo político-religioso
- 1.3. Estudios de caso sobre simbolismo en la cultura política
- 1.4. Metodología para el estudio del simbolismo
- 1.5. Significados o simbología de la acción política
- 1.6. Estudios históricos del simbolismo

2. CULTURA POLÍTICA

- 2.1. Concepto de cultura política
- 2.2. Metodología para el estudio de la cultura política
- 2.3. Estudios de caso sobre cultura política
- 2.4. Identidad política
 - 2.4.1. Concepto de identidad política
 - 2.4.2. Procesos de formación y desarrollo de la identidad política (discursos, signos y símbolos)
 - 2.4.3. Identidad

3. VOTANTES

- 3.1. Formas de acción y reacción de los sujetos sociales o políticos ante los procesos electorales
 - 3.1.1. Activa
 - 3.1.2. Pasiva
 - 3.1.3. Abstencionismo
- 3.2. Estadística electoral.
- 3.3. Respuesta de la población a los procesos electorales
- 3.4. Participación electoral
 - 3.4.1. Participación partidaria
 - 3.4.2. Participación no partidaria
 - 3.4.3. Votantes pertenecientes a organizaciones civiles o partidarias
- 3.5. Información política
 - 3.5.1. Conocimiento de programas y plataformas políticas
- 3.6. Preferencias electorales
 - 3.6.1. Causas en la modificación de las preferencias electorales
 - 3.6.2. Influencia familiar sobre las preferencias electorales
 - 3.6.3. Opinión sobre los diversos partidos
- 3.7. Votantes potenciales
- 3.8. Acarreados
- 3.9. Votantes que viven en el Distrito Electoral
- 3.10. Características sociodemográficas
 - 3.10.1. Ubicación laboral
 - 3.10.2. Situación económica
 - 3.10.3. Ingresos permanentes o eventuales
 - 3.10.4. Bienes materiales
 - 3.10.5. Servicios
 - 3.10.6. Lugar de procedencia
 - 3.10.7. Nivel educativo
 - 3.10.8. Demandas y expectativas
- 3.11. Clientelismo político
- 3.12. Credencial de elector

4. PARTIDOS POLÍTICOS (ESTRUCTURA ORGANIZATIVA)

- 4.1. Funcionamiento formal (estatutos y formas estatutarias de elección de candidatos)
- 4.2. Funcionamiento real de elección de candidatos
- 4.3. Programa de acción de cada partido (económico, político y social)

5. DISTRITOS ELECTORALES

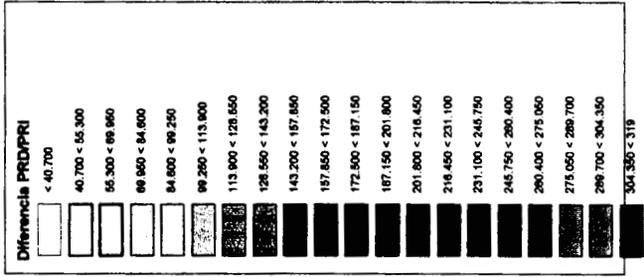
- 5.1. Modificaciones geográficas a los distritos electorales
- 5.2. Características sociodemográficas de los distritos electorales
- 5.3. Partidos por Distrito Electoral
- 5.4. Comités distritales
 - 5.4.1. Ubicación
 - 5.4.2. Organización
 - 5.4.3. Estructura
 - 5.4.4. Financiamiento
6. REFORMA POLÍTICA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

- 13.2.3. Tipos de discurso para mantener o ejercer el poder
- 13.2.4. Tipología de las formas o estrategias del poder
- 13.2.5. Conflicto político
- 13.3. Funcionamiento real y lucha del poder Interpartidista
 - 13.3.1. Mecanismos de negociación política
 - 13.3.2. Formas y estrategias para la reproducción del poder
 - 13.3.3. Tipos de discurso para mantener o ejercer el poder
 - 13.3.4. Tipología de las formas o estrategias del poder
 - 13.3.5. Conflicto político
- 13.4. Foro de decisión nacional
- 13.5. Relación con los medios de comunicación
- 13.6. Partidos en la Cámara de Diputados (programa o líneas a seguir)
- 13.7. Número de integrantes en la Cámara por partido
- 13.8. Trayectoria política de los diputados
 - 13.8.1. Facciones políticas
 - 13.8.1.1. Discurso relacionado a su tendencia
- 13.9. Diputados independientes
- 13.10. Formas de elección (mayoría absoluta y relativa)
- 13.11. Otros actores sociales en la Cámara
- 14. EL PODER
 - 14.1. Concepto de poder. Teoría y conceptos asociados
 - 14.2. Estudios de caso sobre el poder
 - 14.3. Metodología para el estudio del poder
- 15. ESTADO
 - 15.1. Concepto de estado. Teoría
 - 15.2. Tipología de formas de estado
 - 15.3. Estado y gobierno
 - 15.4. Estado y sociedad civil
 - 15.5. Metodología para el estudio del Estado
 - 15.6. Estructura interna del Estado
 - 15.6.1. Sujetos sociales en el Estado
 - 15.6.2. Redes de relaciones sociales en el Estado
 - 15.7. El estado mexicano
 - 15.7.1. Organización y sistema político
 - 15.7.2. Proyectos políticos del Estado
 - 15.7.3. Consenso político
 - 15.7.4. Estudios específicos
- 16. GLOBALIZACIÓN
 - 16.1. Concepto de globalización. Teoría
 - 16.2. Efectos de la globalización
 - 16.3. Crisis económica y financiera
 - 16.4. Efectos sociales, económicos y políticos de la globalización
 - 16.5. Metodología para el estudio de la globalización
- 17. CONFLICTO POLÍTICO Y NEGOCIACIÓN POLÍTICA
 - 17.1. Concepto de conflicto político y negociación. Teoría
 - 17.2. Estudios de caso sobre conflicto político y la negociación política
 - 17.3. Metodología para el estudio del conflicto político y la negociación política
- 18. RITUAL
 - 18.1. Ritual político
 - 18.1.1. Concepto de ritual político. Teoría
- 19. NACIONALISMO Y CULTURA NACIONAL
 - 19.1. Concepto de nacionalismo. Teoría
 - 19.2. Tipología de nacionalismos

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

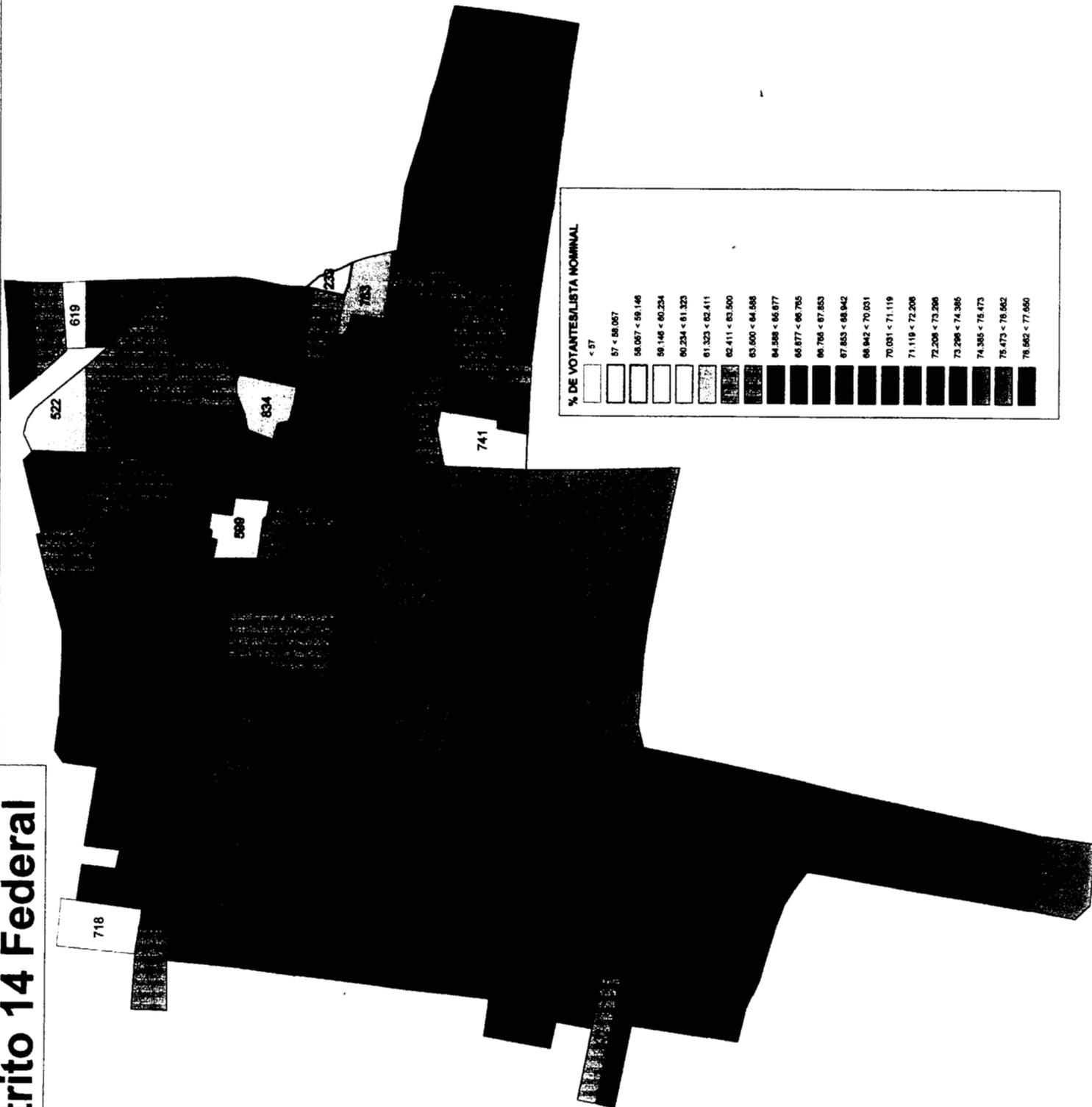
ANEXO 2

Distrito 14 Federal



Distrito 14 Federal

ANEXO 3





Cuestionario Número _____

Soy estudiante de la licenciatura en Antropología en la Universidad Autónoma Metropolitana-Plantel Iztapalapa. Estoy realizando mi tesis para recibirme como licenciado en Antropología. Para ello estoy realizando una encuesta que me servirá para elaborarla. Mucho le agradecería si me apoyara en este propósito siendo tan amable de contestarme unas preguntas. No le quitaré más de 20 minutos de su tiempo. Le agradezco de antemano su apoyo, aclarándole que sus respuestas son totalmente confidenciales.

1.- Lugar donde se realiza la entrevista (para llenar por encuestador)1. Departamento de Unidad Habitacional

2. Casa

3. Departamento de colonia

4. Calle

2.- Sexo (para llenar por el encuestador)1. Masculino

2. Femenino

3.- Estado civil1. Soltero

2. Casado

3. Viudo

4. Divorciado

5. Unión Libre

9.- Edad (Poner número de años) **4.- Escolaridad (Hasta que grado de enseñanza estudió)**

¿Cual es el último grado de que estudio?

1. Ninguno

2. Primaria

3. Secundaria

4. Preparatoria o bachillerato

5. Normal básica

6. Profesional

7. Posgrado

5.- Trabajo1.- Trabaja (aplicar la pregunta no. 9)

2.- No trabaja, pero la semana pasada sí tenía trabajo

3.- Estudiante

4.- Se dedica a los quehaceres del hogar

5.- Es jubilado o jubilada o pensionado o pensionada

6. Esta incapacitado o incapacitada permanentemente para trabajar

7.- No trabaja

6.- Número de personas que viven en el hogar.(Anotar el número de personas) **7.- ¿Nació usted en el Distrito Federal?**1. Si

2. No. Donde Nació _____ (pasar a siguiente pregunta)

8.- ¿Cuántos años lleva residiendo en el DF? (poner el número de años) **9.- Su trabajo (actividad) de la semana pasada fue como:**1. Empleado o empleada (obrero u obrera)

2. Jornalero o jornalera o peón

3.- Patrón o patrona o 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 familiar



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA - IZTAPALAPA
 DEPARTAMENTO DE ANTRPOLOGÍA
 LICENCIATURA EN ANTRPOLOGÍA

10.- ¿A qué se dedica (qué produce) el lugar donde trabaja?

1.- Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca

2.- Minería y extracción de petróleo

3.- Industria manufacturera

4.- Electricidad y agua

5.- Construcción

6.- Comercio

7.- Transporte y comunicaciones

8.- Servicios financieros, de administración y alquiler de bienes muebles e inmuebles

9.- Servicios de administración pública, defensa y seguridad social

10.- Servicios (restaurantes, hoteles, esparcimientos, recreativos, reparación, mantenimiento, domésticos y servicios personales diversos)

11.- Ingreso

Sumando todo lo que ganan todos los que trabajan en su casa, ¿cuál es el ingreso familiar mensual?

(Anote la cantidad)

1.- De 0 a 1 salario mínimo

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 7 y hasta 10 salarios mínimos

6.- Más de diez 10 salarios mínimos

12.- ¿Cuántos utensilios con todos los servicios en su hogar?

1.- Sí (pasar a pregunta 14)

2.- No (pasar a la siguiente pregunta)

13.- ¿Con cuáles no cuenta?

1.- Agua

2.- Luz

3.- Drenaje

4.- Otros (especificar)

.....

14.- ¿Cómo se entera de las noticias?

1.- Radio

2.- Televisión

3.- Radio y Televisión

4.- Periódico

5.- Periódico, radio y televisión

6.- Periódico y televisión

3.- Otros (especificar)

.....

15.- ¿Lee usted el periódico?

1.- Sí

¿Con qué frecuencia? (poner frecuencia a la semana)

¿Que periódico? (poner nombre del periódico)

2.- No

16.- ¿Considera usted que los noticieros dicen la verdad?

1.- Sí

2.- Relativamente



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA-IZTAPALAPA
 DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA
 LICENCIATURA EN ANÁLISIS DE LA CULTURA

3. No
 ¿Por qué?

.....

**PARA RESIDENTES EN UNA UNIDAD HABITACIONAL
 (SI NO CORRESPONDE PASAR A LA PREGUNTA 31)**

17.- ¿Cuántos años lleva viviendo en esta Unidad Habitacional (poner el número de años)?

18.- ¿Ha presentado alguna queja en la Delegación?

1. Si

¿Que tipo de queja?

.....

¿Cuál ha sido el resultado de su queja o petición?

.....

2. No

¿Por qué?

.....

19.- ¿Puede mencionar en orden de importancia cuáles son los problemas más importantes de la Unidad Habitacional?

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.

20.- ¿Cómo piensa que deberían resolverse estos problemas (si es necesario escribirlos)?

1.
2.
3.
4.
5.
6.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA IZTAPALAPA
 DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA
 LICENCIATURA EN PLANEACIÓN DE URBES

- 7. _____
- 8. _____
- 9. _____
- 10. _____

21.- ¿Podría decirme cuáles de los problemas que usted considera son los principales en su comunidad? ¿Cuáles son los más importantes del edificio en donde vive?

- 1. _____
- 2. _____
- 3. _____
- 4. _____
- 5. _____
- 6. _____
- 7. _____
- 8. _____
- 9. _____

22.- ¿Cómo piensa que debe ser el gobierno de una de estas comunidades (de las que usted eligió antes)?

- 1. _____
- 2. _____
- 3. _____
- 4. _____
- 5. _____
- 6. _____
- 7. _____
- 8. _____
- 9. _____
- 10. _____

23.- ¿Participa usted en actividades que se realizan dentro de la comunidad para resolver problemas?

1. Si
 ¿Por qué participa?

- _____
- _____
- _____

2. No
 ¿Por qué no participa?

- _____
- _____
- _____

24.- ¿Usa usted algún tipo de organización o comité para resolver los problemas que afectan al conjunto de la Unidad Habitacional?

1. Si





Me podría decir cuantos años lleva participando en dicha organización?

¿Por qué pertenece a ella?

.....

2. No (pasar a siguientes preguntas)

25.- Si no pertenece a una organización vecinal, ¿conoce esa unidad que puede beneficiarse participando en alguna?

1. Si

¿Por qué?

.....

2. No

¿Por qué?

.....

26.- Considere que las organizaciones vecinales han hecho algo por beneficiarse de una de las unidades en que habita:

1. Si

¿Que han hecho?

.....

2. No

¿Por

qué?

.....

27.- ¿Conoce una que las organizaciones vecinales han hecho algo por beneficiarse de la Unidad Habitacional en su conjunto?

1. Si

2.- No

¿Por qué?

.....

28.- ¿Asiste a los reuniones que convoca sus vecinos el edificio para discutir e intentar resolver problemas de convivencia?

1. Si

2. No

3. A veces

Por qué

.....

29.- ¿Alguno de los partidos ha hecho algo por la Unidad Habitacional, en el edificio o unidad?

1. Si

¿Por la unidad de como cuál(es) partido(s)?

.....



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA-IZTAPALAPA
 DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA
 LICENCIATURA EN ANTROPOLOGÍA

¿Me podría decir qué han hecho?

2. No

30.- ¿Cómo considera la relación con sus vecinos de edificio?

1. Buena

2. Regular

3. Mala

Por qué

PASAR A LA PREGUNTA 39

PREGUNTAS PARA RESIDENTES EN COLONIAS

31.- Me podría decir cuantos años lleva viviendo en esta colonia (poner el numero de año)

32.- ¿Ha presentado alguna queja en la Delegación?

1. Si

¿Que tipo de queja?

¿Cual ha sido el resultado de su queja o petición?

2. No

¿Por qué?

33.- ¿Cuáles son (en orden de importancia) los problemas más importantes de la colonia?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

34.- ¿Cómo piensa usted que deberían de resolverse esos problemas?

1. _____



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA-IZTAPALAPA
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA
LICENCIATURA EN ANTROPOLOGÍA

- 2. _____
- 3. _____
- 4. _____
- 5. _____
- 6. _____
- 7. _____
- 8. _____
- 9. _____
- 10. _____

35.- Algún partido político ha intervenido para resolver alguno de los problemas que a usted le importan?

1. Si

¿Podría decirme cuál partido?

¿En qué problema ha intervenido?

36.- ¿Pertenece usted a alguna organización vecinal para resolver dichos problemas?

1. Si (Pasar a pregunta 38)

¿Por qué?

¿Cuanto años lleva perteneciendo a dicha organización?

2. No (pasar a siguiente pregunta)

¿Por qué?

37.- Si no pertenece a una organización vecinal, ¿considera importante participar en alguna?

1. Si

¿Por qué?

2. No

¿Por qué?

38.- ¿Participa usted en reuniones vecinales para discutir esos problemas?

1. Si

¿Por qué?



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA-IZTAPALAPA
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA
LICENCIATURA EN ANTROPOLOGÍA

2. No

¿Por qué?

PREGUNTAS GENERALES

39.- ¿Me puede decir cuál es la función u obligación de los diputados locales (los que están en la Asamblea Legislativa)?

40.- ¿Me puede decir cuál es la función u obligación de los diputados federales (los que se encuentran en la Cámara de Diputados)?

41.- Si se encontrara al diputado local o federal representante de esta zona ¿le pediría usted que resolviera algún problema?

1. Si

¿Cual?

2. No

¿Por que no se lo pediría?

42.- ¿Usted cree que los diputados y Jefe de Gobierno electo son los más preparados para desempeñar las obligaciones que tienen?

1. Si

2. No

¿Por qué?

43.- ¿Me puede decir que es lo que usted espera que haga el gobierno de Cuahémoc Cárdenas?



44.- ¿Me puede decir si cree que Cuauhtémoc Cárdenas podrá cumplir con sus compromisos de campaña en su gestión como Jefe de Gobierno?

1. Si

¿Cuales compromisos?

.....

2. No

¿Por qué?

.....

45.- ¿Que piensa usted de los partidos políticos?

.....

46.- ¿Cree usted que las campañas electorales del año pasado le ayudaron a conocer la mejor opción para que usted eligiera por quien votar?

1. Si

2. No

¿Por qué?

.....

47.- A su parecer ¿cuales son (en orden de importancia) los problemas principales de la Ciudad de México?

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.

48.- ¿Ha votado usted siempre por el mismo partido?

1. Si (pasar a pregunta 50)

2. No

¿Por que?

.....

49.- ¿En las elecciones pasadas el partido por el que votó fue distinto del que votó en las elecciones de 1994?

1. Si



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA-IZTAPALAPA
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA
LICENCIATURA EN ANTROPOLOGÍA

2. No
Por qué

50.- ¿Me podría ayudar a decir que piensa de las campañas electorales?

51.- ¿Recibió alguna invitación por invitación con alguno de los candidatos durante la campaña electoral del año pasado?

1. Si
¿De qué partido?

2. No

52.- ¿Asistió o presencié algún acto de campaña (reunión, mitin o festival, etc.) de alguno de los candidatos en las elecciones pasadas?

1. Si
¿De qué partido (s)?

¿Qué tipo de acto de campaña?

2. No

53.- ¿Escuchó o vio en la televisión alguna discusión entre los candidatos de los diferentes partidos?

1. Si
¿Recuerda cuál o cuales?

2.- No

54.- ¿Recuerda que decía alguna propaganda de los partidos que haya escuchado en radio o visto en televisión?

1. Si
Podría decírnela o repetírnela



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA - IZTAPALAPA
 DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA
 LICENCIATURA EN ANTROPOLOGÍA

2. No.

55.- ¿Recuerda que decía alguna propaganda de los partidos que haya visto pegada en la calle?

1. Si

Podría decirme la o repérmela

2. No.

56.- ¿Recibió la visita o platicó con alguno de los candidatos en las elecciones del 6 de julio del año pasado?

1. Si (pasar a siguiente pregunta)

2. No (pasar a pregunta 61)

57.- ¿Que piensa de dicha visita o plática?

58.- ¿El candidato se comprometió con usted en la solución de algún problema o atender alguna petición de usted?

1. Si

¿Cual problema?

2. No

59.- ¿Ha cumplido hasta el momento con dicho compromiso?

1. Si

2. No

60.- En caso de que no lo haya cumplido, ¿puede a usted que lo cumplirá?

1. Si

2. No

Por qué

61.- ¿Que piensa de la situación económica de México en este momento?

62.- ¿Que piensa usted del gobierno del Presidente Zedillo?

63.- Para usted ¿que es la democracia?



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA IZTAPALAPA
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA
LICENCIATURA EN ANTROPOLOGÍA

64.- ¿Cree usted que vaya a haber alguna diferencia entre el gobierno de Cuauhtémoc Cárdenas y la regencia anterior (de Oscar Espinosa)?

1. Si

2. No

¿Por qué?

65.- ¿Cree usted que en las elecciones del 6 de julio pasado hubo fraude?

1. Si

2. No

¿Por qué?

66.- ¿Considera que su voto tiene un efecto en las decisiones de gobierno?

1. Si

¿Cuál sería el efecto?

2. No

¿Por qué?

67.- ¿Conoce las propuestas del partido político por el que votó?

1. Si

¿Podría darnos algún ejemplo de alguna propuesta?

2. No

68.- En las elecciones pasadas para Jefe de Gobierno del Distrito Federal, ¿votó usted por el partido, por el candidato o por ambos?

1. Partido

2. Candidato

3. Ambos

¿Por qué?



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA - IXTAPALAPA
 DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA
 LICENCIATURA EN ANTROPOLOGÍA

69.- ¿Recuerda usted alguno de los nombres de los candidatos a diputados locales y federales de su distrito de alguno de los partidos que contaron con votos en las elecciones pasadas?

	PAN	PRJ	PRD	OTRO (especificar)
LOCAL				
FEDERAL				

70.- ¿Considera que los candidatos solo realizan preguntas con el propósito de ganar votos?

- 1. Sí
 - 2. No
- Por qué

.....

71.- ¿En día de las elecciones, comen las propagandas que están ofreciendo los diferentes candidatos a Jefe de Gobierno

- 1. Sí (pasar a la siguiente pregunta)
- 2. No (pasar a pregunta 73)

¿Por qué

.....

72.- ¿Por que medio se enteró usted?

- 1. Radio
- 2. Televisión
- 3. Periódico
- 4. Otro (cuál)
- 5. No. Por qué

.....

73.- ¿Cree que el partido que ganó las elecciones, cumplió con sus compromisos o inquietudes?

- 1. Sí
- 2. No

Por qué

.....

74.- ¿Recibió propaganda de alguno de los partidos durante las campañas políticas del año pasado? (Especificar tipo de propaganda)

- 1. Sí
- ¿Cuál?

PAN	PRJ	PRD	OTRO



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA IZTAPALAPA
DEPARTAMENTO DE ANTRPOLOGÍA
LICENCIATURA EN ANTRPOLOGÍA

2. No

75.- ¿Recibió algún regalo u chequeo de alguno de los partidos?

1. Si

¿Que tipo de regalos?

PAN	PRD	PRD	Otro (especificar)

¿Que opinó de (los) regalo(s)?

.....

.....

.....

2. No

76.- ¿Podría decirme cinco partidos que a su parecer definen a los que fueron con el Jefe de Gobierno en el DF?

Castillo Fedez	Alfonso del Mazo	Cruzatónic Cárdenas	Otro (especificar)

77.- ¿Podría decirme cinco partidos que usted votó con cada uno de los siguientes presidentes

PAN	PRD	PRD

78.- Podría decirme si voto por los candidatos de un solo partido, o si votó por varios partidos dependiendo del candidato a Jefe de Gobierno, Diputados Federales y Diputados Locales

1. Voto por un solo partido

2. Voto por varios partidos dependiendo del candidato

79.- Que opinó de que elija al Jefe de Gobierno

.....

.....

80.- Pertenece o le perteneció a algún partido político

1. Si

2. No

¿Porque?

.....

.....

81.- Ha recibido alguna invitación para participar o trabajar a algún partido político

1. Si

2. No



INSTITUTO MEXICANO DE INVESTIGACIONES Y ENSEÑANZAS DE LAS CIENCIAS Y LAS LETRAS
 DEPARTAMENTO DE ANTHROPOLOGÍA
 LICENCIATURA EN ANTHROPOLOGÍA

82.- Cree que le beneficiará al DF este cambio de gobierno

- 1. Si
- 2. No

82.- Cree que le beneficiará a usted este cambio de gobierno

- 1. Si
- 2. No

83.- ¿Tiene usted algo más que quiera agregar a las preguntas que le he hecho en este encuesta, o alguna pregunta o comentario que desea hacerme?

.....

.....

.....

Le agradezco sinceramente su apoyo y el tiempo que me ha dedicado. Muchas gracias

 / /
 día mes año

.....
 Hora de término

Distrito Electoral Núm. _____

Calle _____

Colonia _____

Observaciones del entrevistador

.....

.....

.....

.....

.....

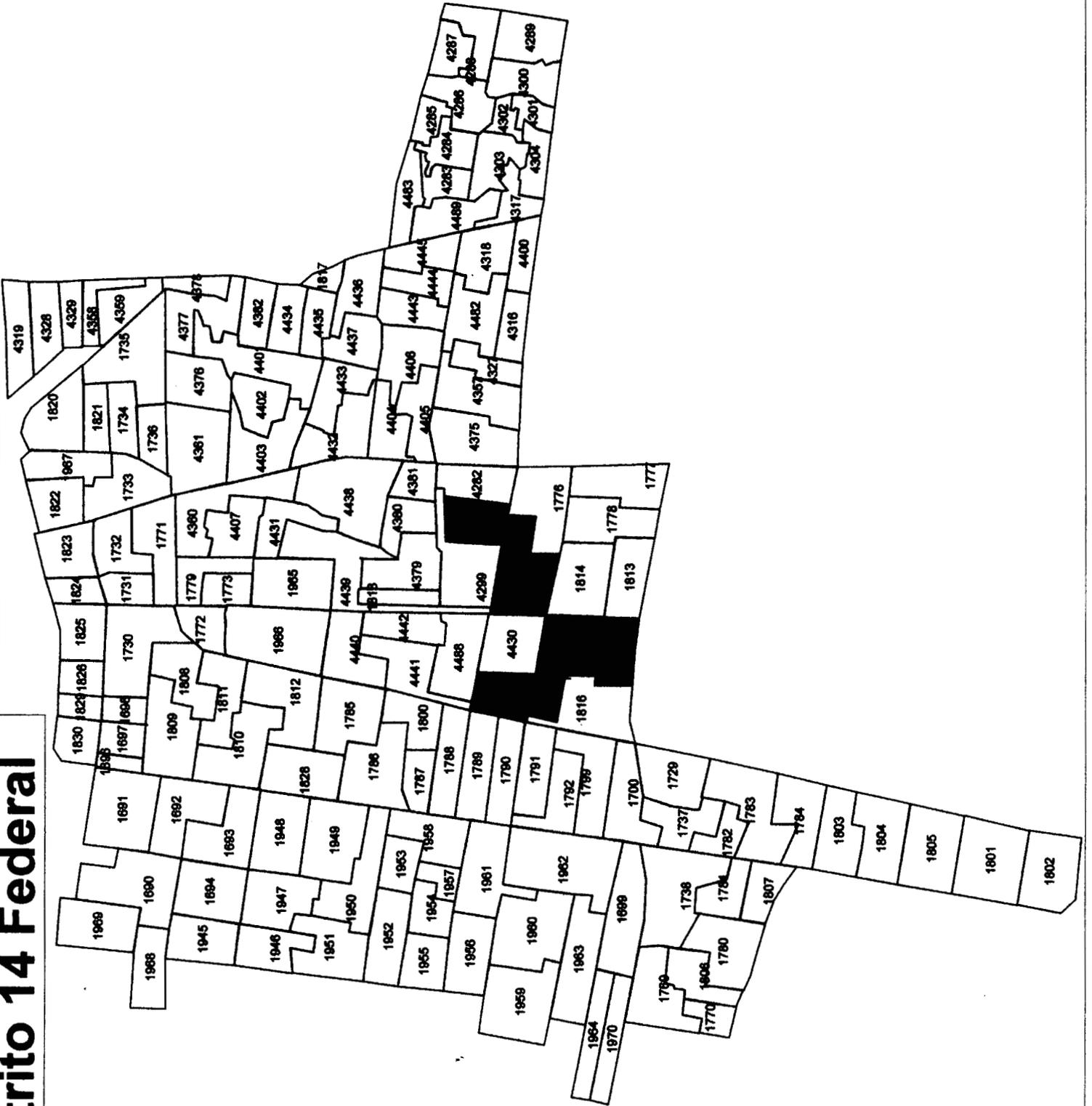
.....

.....

.....

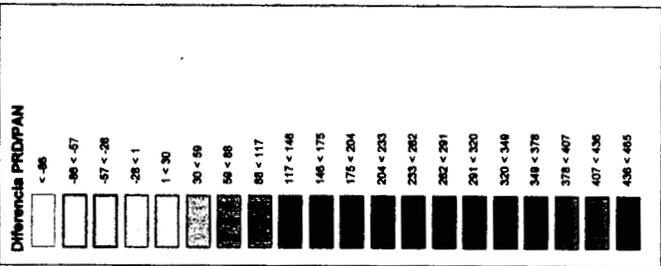
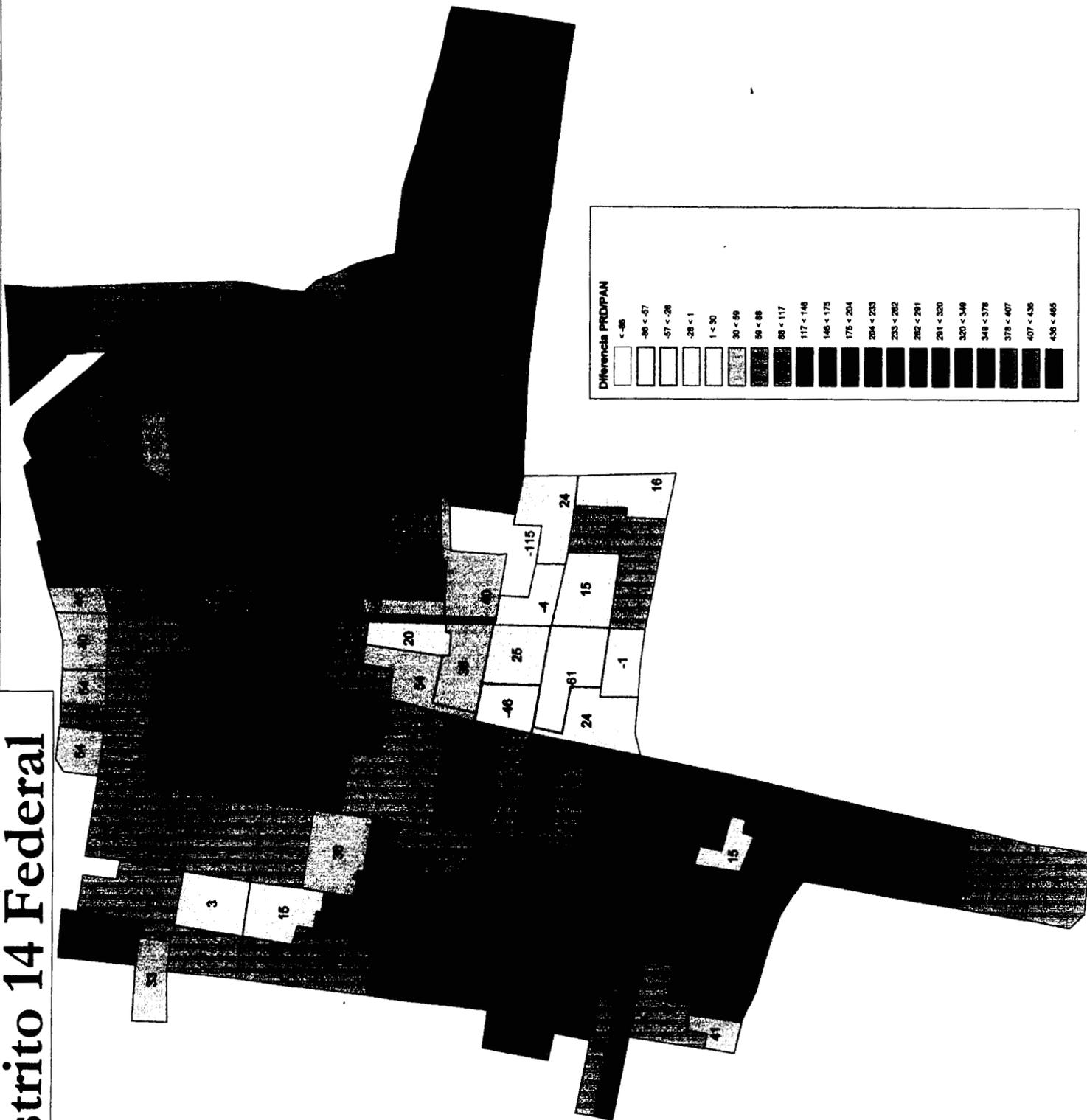
ANEXO 5

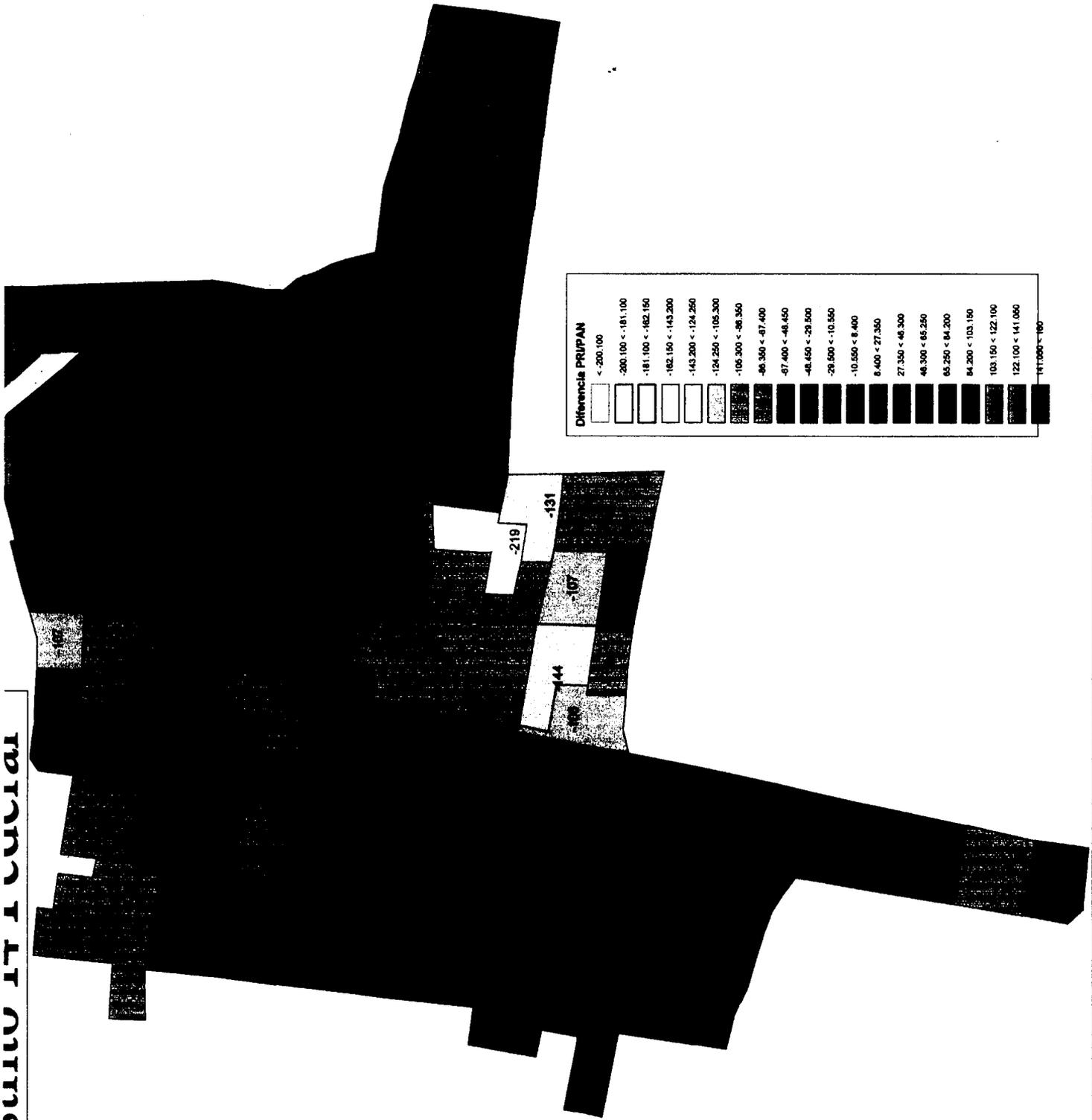
Distrito 14 Federal



ANEXO 6

Distrito 14 Federal





Diferencia PRUPAN

< -200,100
-200,100 < -181,100
-181,100 < -162,150
-162,150 < -143,200
-143,200 < -124,250
-124,250 < -105,300
-105,300 < -86,350
-86,350 < -67,400
-67,400 < -48,450
-48,450 < -29,500
-29,500 < -10,550
-10,550 < 8,400
8,400 < 27,350
27,350 < 46,300
46,300 < 65,250
65,250 < 84,200
84,200 < 103,150
103,150 < 122,100
122,100 < 141,050
141,050 < 160