



Perfiles Latinoamericanos

ISSN: 0188-7653

perfiles@flacso.edu.mx

Facultad Latinoamericana de Ciencias

Sociales

México

Tejera, Héctor

Cultura de la política, campañas electorales y demandas

Perfiles Latinoamericanos, núm. 16, junio, 2000

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales

Distrito Federal, México

Available in: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11501603>

- How to cite
- Complete issue
- More information about this article
- Journal's homepage in redalyc.org

redalyc.org

Scientific Information System

Network of Scientific Journals from Latin America, the Caribbean, Spain and Portugal

Non-profit academic project, developed under the open access initiative



## CULTURA DE LA POLÍTICA, CAMPAÑAS ELECTORALES Y DEMANDAS CIUDADANAS EN LA CIUDAD DE MÉXICO

Héctor Tejera\*

*Partiendo de una propuesta teórico-metodológica para el estudio de los vínculos entre cultura y política, el artículo presenta algunos contenidos culturales que inciden tanto en las prácticas proselitistas empleadas por los partidos políticos durante sus campañas como en las relaciones que los ciudadanos establecen con los candidatos, en el contexto de las elecciones de 1997 en la ciudad de México.*

*Based on a methodological and theoretical approach put forward to study the links between culture and politics, this paper presents some cultural contents that influence both the proselytism practices used by the political parties during their campaigns, and the relations between citizens and candidates, in the context of the 1997 elections in Mexico City.*

El propósito de este artículo es presentar una propuesta de análisis de la relación entre cultura y política, así como algunos de los resultados obtenidos con base en ésta, a partir del estudio de las relaciones establecidas entre los habitantes de la ciudad de México y los candidatos de los tres principales partidos en el país—Partido Acción Nacional (PAN), Partido de la Revolución Democrática (PRD) y Partido Revolucionario Institucional (PRI)—, en el marco de las campañas políticas para la elección de diputados locales y federales en el Distrito Federal (DF) en 1997.<sup>1</sup>

Dado que el voto de la mayoría silenciosa (Baudrillard, 1978: 23), del ciudadano que solamente se expresa políticamente en los comicios a través del sufragio, tiene un papel cada vez más importante en el derrotero político del país, también es sustancial el estudio de los elementos culturales que

\* Departamento de Antropología. Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, México.

<sup>1</sup> Las campañas estudiadas se efectuaron en el marco de las elecciones para quinientos integrantes de la Cámara de Diputados (300 de mayoría relativa y 200 de mayoría proporcional) en todo el país, y 32 de los 128 integrantes de la Cámara de Senadores. En el Distrito Federal se realizaron elecciones para 30 diputados federales, 40 diputados locales por mayoría relativa y 26 de representación proporcional. Además, era la primera vez que la ciudad eligía a su gobernador, que bajo la figura de Jefe de Gobierno duraría, por esta única vez, un periodo de tres años. En la siguiente elección (2 de julio del 2000) el puesto será ocupado por seis años.

inciden en sus relaciones políticas y preferencias electorales. La proliferación de los estudios que destacan la importancia de las *minorías intensas*, o sea de las organizaciones cívicas y políticas que pugnan por muy diversas reivindicaciones, ha representado un papel importante en el imaginario social y académico acerca de una creciente participación y conciencia en la sociedad mexicana. Parece, por tanto, pertinente profundizar en los contenidos culturales de quienes participan políticamente acudiendo, en un porcentaje importante, a las urnas.

Los contenidos culturales que impregnan las relaciones políticas se expresan más claramente cuando se ubican en algún campo político, y uno de éstos son las campañas proselitistas. La dinámica política de las relaciones interpersonales entre ciudadanos y candidatos está marcada por contenidos culturales, los cuales se manifiestan en las estrategias que los aspirantes a algún puesto legislativo utilizan con el propósito de ganar el favor del electorado. Quienes planifican o aplican dichas estrategias las consideran las más eficaces para ganarse la simpatía de los votantes potenciales. Pero las mismas expresan, en realidad, las motivaciones que los políticos adscriben al comportamiento electoral ciudadano. Como plantea Jorge Alonso, los partidos políticos: "al buscar fraguar y extender la identidad partidaria crean y propagan un tipo de cultura que tiene que ver con los simbolismos de conseguir y desempeñar el poder" (Alonso, 1994: 115). Igualmente, al intentar satisfacer sus demandas, también los ciudadanos crean y propagan una cultura que permea las relaciones políticas y que manifiesta sus percepciones sobre las estrategias que consideran eficaces para satisfacer sus necesidades y alcanzar sus utopías. En estas condiciones, las campañas políticas están marcadas por encuentros y desencuentros de expectativas por parte de candidatos y ciudadanos (Tejera, 1998).

### Cultura política o cultura de la política

El seguimiento de las campañas electorales para analizar las relaciones políticas y más específicamente los vínculos entre cultura y poder, no se debe a ninguna adhesión a procedimientos por lo común asociados al quehacer antropológico. Aun cuando se hayan empleado la observación participante, las entrevistas abiertas y dirigidas a ciudadanos y candidatos, el diario de campo, y el registro fotográfico de reuniones, mítines y festivales, la estrategia teórico-metodológica con la que abordamos el estudio de la cultura en el ámbito de las relaciones políticas es la que nos ha guiado a buscar un ámbito donde se muestre la dinámica que las caracteriza.

Al respecto, la insuficiencia de la noción de cultura política y de los procedimientos técnico-metodológicos usualmente asociados a su estudio no se resuelve con afirmaciones como la de Lechner cuando escribe:

No contamos con una concepción reconocida de cultura política ni mucho menos existe un acuerdo acerca de lo que deberíamos entender por una cultura política democrática [...] Es cierto que carecemos de un concepto de cultura política, *pero el fenómeno existe* (Lechner, 1987: 9-10, cursivas nuestras).

Esta aseveración ontológica parece difícil de sostener epistemológicamente. ¿Cómo puede afirmarse su "existencia" sin haber comprobado la capacidad heurística de la noción para explicar la dinámica político-cultural?<sup>2</sup> Hemos entrado al campo de los apriorismos en búsqueda de conceptualizaciones.

Pero si hemos citado a Lechner es porque su postura es sintomática de un fenómeno más general que parece haber impregnado el estudio de la relación entre cultura y política: la vigencia de una tradición axiomática que valida *a priori* la investigación que se realiza a partir de la noción de cultura política, no obstante los problemas que ésta presenta. Entre dichos problemas tenemos una concepción de cultura que se relaciona con el empleo de las encuestas de valores, las cuales se encuentran entrampadas en la tensión existente entre lo expresado como norma o ideal<sup>3</sup> y la acción social de quienes son entrevistados. Su empleo relega una característica fundamental de la cultura contemporánea: que ésta es parcial, contradictoria, interactiva y comunicativa. Dichas encuestas tendrían eficacia explicativa si fueran indicativas de las actitudes o acciones de quienes las responden, pero esto sólo puede sostenerse cuando se enfoca la cultura desde una visión normativa de clara influencia durkheimiana; desde un modelo integracionista de la cultura (Giménez, 1994: 43-44).

<sup>2</sup> Por lo demás, la afirmación de Lechner parece hacer tabla rasa de los esfuerzos de muchos científicos sociales por imprimir contenido a la noción de cultura política, más allá de que se esté de acuerdo o no con ellos.

<sup>3</sup> En efecto, ya el estudio de Fagen y Tuhoy sobre el autoritarismo de la cultura política del mexicano, realizado en Xalapa, Veracruz, en los años sesenta mostraba que en términos declarativos, más de 90 por ciento de la población entrevistada estaba de acuerdo con enunciados tales como "la democracia es la mejor forma de gobierno", "los funcionarios públicos deben ser elegidos por el voto mayoritario" o "todo ciudadano debe tener igual posibilidad de influir en la política gubernamental". Sin embargo, desde ese entonces los dos autores rechazan que este acuerdo fuese, en realidad, un indicio de una cultura política democrática entre los jalapeños. Véase Fagen y Tuhoy, 1972: 113. Al respecto Víctor M. Muñoz destaca que: "Fagen y Tuhoy llevaron a cabo en 1966 un estudio en la ciudad de Xalapa, que se propuso medir el apoyo a la libertad de expresión el sufragio universal y los derechos de las minorías. Uno de sus principales hallazgos fue que *si bien la mayoría de la población, al margen de las diferencias de clase social, tenía opiniones altamente favorables acerca de la democracia y las formas democráticas de organización de la sociedad, sus respuestas acerca del trato a las minorías denotaba fuertes tendencias autoritarias, especialmente entre las clases media y baja*. El rechazo a la libre expresión de los comunistas, los opositores al rey y a la Iglesia Católica y, en general, a las críticas acerca de la 'vida en México', es interpretado por estos autores como el reflejo de una orientación hacia el *statu quo*, particularmente en aquellas clases o estratos sociales para quienes los costos de la ruptura del orden en el pasado fueron los más elevados". Muñoz, 1989: 183-184, cursivas nuestras.

A nuestro parecer el axioma más importante que subyace en el estudio de la cultura política es el postulado de que ésta afecta la estructura política, facilitando u obstaculizando la instauración de un sistema democrático (Almond, 1983: 127). Más allá de las correlaciones estadísticas que muchos analistas han establecido entre ciertos valores culturales relacionados con la dimensión política y algunos indicadores socioeconómicos, lo cierto es que la relación entre sistema político y cultura no se ha esclarecido (Booth y Seligson, 1984: 118).

Como se sabe, en la tradición de los estudiosos de la cultura política desde los años cincuenta, la participación se ha considerado como el elemento clave para la instauración de un sistema democrático. Pero, como bien ha advertido Lipset (1993: 155), si bien el abstencionismo hace ineficaces los canales institucionales para el funcionamiento de dicho sistema, la excesiva participación profundiza los antagonismos políticos. Además, la participación se relaciona con la *eficacia política*. Puede haber una baja participación política con alta, baja o nula eficacia. La participación está relacionada con las actitudes ciudadanas con respecto a la política, pero la eficacia con las características del sistema político. En consecuencia, es necesario estudiar la interrelación entre cultura y sistema político superando las propuestas concomitantes (democracia/participación y pasividad/autoritarismo) en que parece haberse entrampado la discusión sobre los efectos de la cultura en el ámbito de la estructura y los sistemas políticos. En este sentido, coincidimos con Pateman cuando afirma:

Despite the claims of empirical theorists, they have not produced a convincing account of the relationship between the pattern of attitudes and activity revealed in their findings and the political structure of the liberal democracies (Pateman, 1980: 58).

Además, la noción de cultura política se ha enfrentado a problemas conceptuales debido a la homogeneidad inherente al concepto de cultura y la heterogeneidad cultural de la sociedad contemporánea. En consecuencia ni la noción de cultura política como "parte de la cultura", ni las tipologías que se han elaborado de la misma (por ejemplo, las ya consabidas parroquial, subordinada y participante) parecen estar dando cuenta de los elementos culturales que actúan en las relaciones políticas. Por ejemplo, De la Peña encuentra que los valores de distintos "tipos" de cultura política, aun cuando sean contradictorios, se mezclan en un mismo informante (De la Peña, 1990: 84-85). Esto, que además de mostrar que las tipologías no parecen tener capacidad heurística para explicar el fenómeno cultural contemporáneo, ya que la cultura es un conjunto heterogéneo y desarticulado de valores, deja abierta la pregunta sustancial: ¿cuáles de todos los valores que muestran los informantes son aquellos que actúan en el ámbito de las relaciones políticas? Respon-

der a la misma requiere estudiar la *cultura en acción*. En efecto, las definiciones normativas o tipológicas de cultura política más bien han obstaculizado la comprensión de la dinámica política; de los procesos mediante los cuales los sujetos sociales pretenden o logran transformar las relaciones sociales en que se insertan. Lo anterior no parece solucionarse buscando definiciones alternativas de cultura política (Kavanagh, 1983: 19; Pye, 1973; Almond y Powell, 1984: 37; Castrejón, 1995; Gutiérrez, 1996: 43-44; Rose, 1985: 127-128, entre otras muchas), o afinando las metodologías y técnicas para la recolección de los datos. La cuestión es más de fondo.

Proponemos que las relaciones políticas generan fenómenos culturales particulares a causa del interés o deseo por parte de los actores sociales de satisfacer ciertas necesidades (materiales o simbólicas). En otras palabras, la cultura se pone en juego en las negociaciones políticas, reformulándose y reorganizándose como resultado del interés de los sujetos sociales por modificar sus relaciones y ubicación en la estructura social. El motor de las transformaciones de la cultura en el ámbito de la política es que ésta se "mueve entre lo que existe y lo que se quiere que exista" (Alonso, 1996: 193). En otros términos, los sujetos sociales persiguen objetivos o propósitos y, para ello, reorganizan los referentes culturales del medio en que participan con la finalidad de mejorar su posición en el campo de la negociación y enfrentamiento políticos. Esta posición se fundamenta, en parte, en la búsqueda de nuevas fronteras de significado que, desde la perspectiva de los actores, justifique su acción social, al mismo tiempo que la valide ante los ojos de sus oponentes o interlocutores. Esta dinámica de la cultura en el campo de lo político la denominamos *objetivación* y la definimos, como:

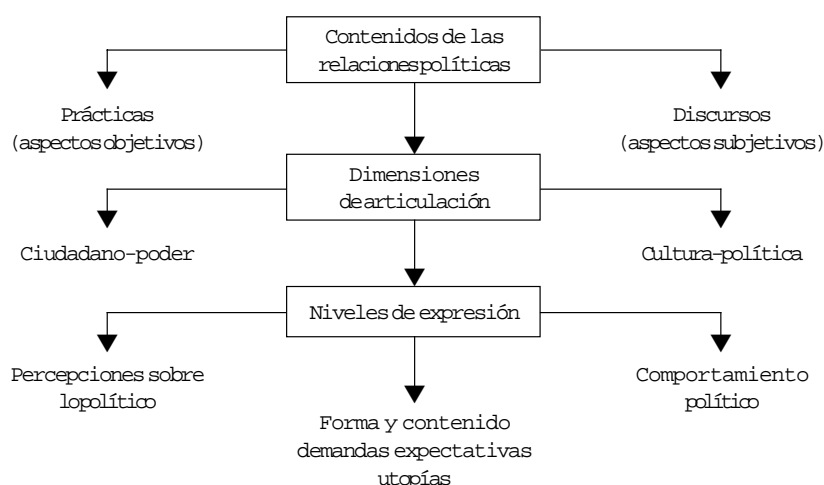
el proceso mediante el cual un individuo o grupo social construye un discurso que enfatiza, exagera o inventa ciertos aspectos de su identidad, vida cotidiana, entorno social, convicciones y creencias, interpretaciones sobre la historia nacional, entre otros, con el propósito de influir en la esfera política. Debido a que responde a situaciones coyunturales, la objetivación constantemente se renueva y puede modificar las percepciones sociales sobre la sociedad, la política y el gobierno (Tejera, 1999: 21).

La objetivación es el núcleo de la dinámica que muestra la cultura en el ámbito de las relaciones políticas; del proceso que denominamos *cultura de la política*.

Por tanto, desechamos el concepto de cultura política, ya que, aunque las definiciones pueden variar, tienen como denominador común concebir la cultura como un conjunto de valores, normas, tradiciones o percepciones particulares ubicadas en las relaciones políticas o relacionadas con las estructuras de poder. Además, se considera la cultura política como "una parte" con contenidos específicos de una cultura "mayor".

La estrategia metodológica para abordar la cultura de la política parte del estudio de los discursos y las prácticas que se manifiestan en las relaciones políticas, con el propósito de distinguir los aspectos subjetivos de las acciones y sus resultados. Su articulación en la esfera de la cultura de la política está relacionada con dos dimensiones: por un lado, la dimensión ciudadano/poder y por otra, la dimensión cultura/política. Los niveles de análisis de la expresión de ambas dimensiones son: las percepciones sobre lo político; la forma y contenido de las necesidades, demandas, expectativas y utopías, y el comportamiento político (gráfica 1).

**Gráfica 1**

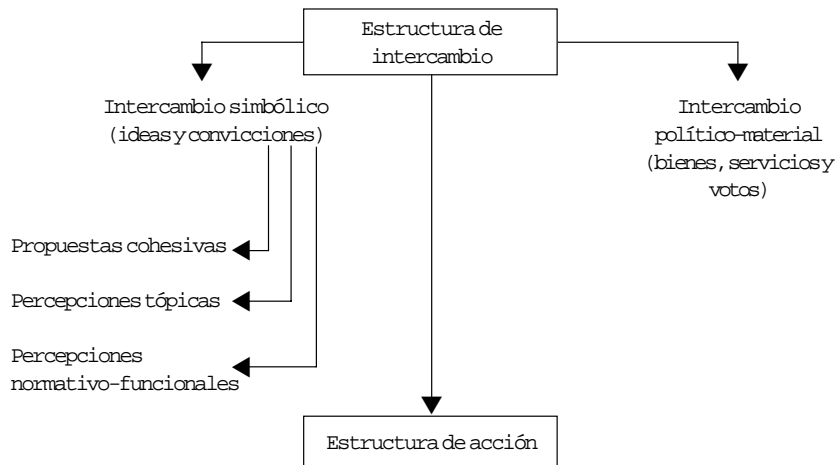


Entendemos como *transacción política* el proceso con base en el cual los actores políticos pretenden establecer una relación sustentada en la reciprocidad de valores (materiales o subjetivos). En el seno de la transacción política encontramos la *estructura de intercambio*, entendida como el conjunto de bienes que los actores políticos ponen en juego en sus negociaciones. Dicha estructura se divide analíticamente en dos aspectos: por un lado, el integrado por el conjunto de ideas y convicciones (intercambio simbólico); por otro, en los bienes, servicios y votos (intercambio político-material). Dentro del intercambio simbólico se distinguen las *propuestas cohesivas*, con base en las cuales se pretenden formar vínculos políticos, las *percepciones tóxicas*, temas sobre los que usualmente dialogan los actores políticos, y las *percepciones normativo-funcionales*, que se expresan como marcos valorativos referencia-

les sobre el "deber ser" de los actores involucrados o, en términos amplios, del gobierno e incluso de nociones valorativas como igualdad y democracia. La transacción política se relaciona con la *estructura de acción* que, en el caso que nos ocupa, se expresa en el comportamiento electoral (gráfica 2).

**Gráfica 2**

TRANSACCIÓN POLÍTICA  
(NEGOCIACIÓN)



Con respecto a la estructura de acción, habría que aclarar que, debido a la imposibilidad de confirmar el sentido del voto del conjunto de los ciudadanos que mantuvieron intercambios con los candidatos, se realizaron entrevistas posteriores con algunos de quienes recibieron las visitas de los candidatos o asistieron a reuniones, mítines o festivales proselitistas. En estas entrevistas se pretendió entrelazar algunas de las expresiones de las relaciones políticas observadas en el marco de las campañas electorales, con las percepciones ciudadanas sobre su entorno social y económico particular y general.

### Estrategias políticas y cultura

El estudio de las campañas políticas se efectuó en los distritos 27 federal que conjunta las delegaciones políticas Tláhuac y Milpa Alta (PRD); 14 Federal (PAN, PRD y PRI), la mayor parte del cual se encuentra ubicado en la delegación Iztacalco aunque también abarca algunas colonias de la delegación



Benito Juárez; el 15 Federal (PAN), en la delegación Benito Juárez y, finalmente, el local X (PRI), situado en la delegación Cuauhtémoc.<sup>4</sup>

Las campañas electorales fueron la expresión de los contenidos culturales que, objetivados en discursos y prácticas políticas, se mostraron en las relaciones políticas. Actuando no solamente a través de los discursos, sino también a través de las prácticas, las percepciones que los planificadores y ejecutores de las estrategias de campaña tuvieron sobre los ciudadanos se transformaron en estrategias proselitistas empleadas para intentar incidir en el ánimo electoral de la ciudadanía en el DF. De esta forma, los partidos políticos establecieron los contenidos culturales que actuaron en la arena política. Cada uno de ellos, a partir de las identidades político-culturales que los cohesionan o caracterizan, se relacionó con los ciudadanos de formas distintas.

Por ejemplo, el PRI apeló fundamentalmente a la gestión como el núcleo de las campañas que sus candidatos realizaron en el DF. De manera implícita, a través de buscar la atención a las demandas ciudadanas, o explícita a partir de lo que algunos consideraban su profundo conocimiento de las motivaciones entre la población; quienes participaron activamente en ellas partieron de que se sustentaban en relaciones clientelares o, al menos, en cierta reciprocidad. Al respecto llama la atención que, más allá de las diferencias particulares en las estrategias de campaña de los distintos candidatos, los militantes y simpatizantes del PRI actuaron al unísono en cuanto a este tema; es decir, bajo el consenso de que había que establecer, revitalizar o fortalecer el papel de este partido como intermediario entre sociedad y gobierno. Así, su eficacia proselitista descansó en actuar como gestores de las peticiones que durante el transcurso de las campañas les fueran formuladas a sus candidatos. De esta forma dieron primacía a los intercambios político-materiales.

Las campañas del PRI tuvieron como propósito recoger las demandas ciudadanas, especialmente entre quienes fueron catalogados como su "voto duro" —entre los sectores populares y las organizaciones de diversa índole relacionadas con el mismo— y, de ser posible, darles solución.

Si bien esta estrategia podría parecer inadecuada en vista de los resultados obtenidos por este partido en las elecciones en el DF, donde no ganó ninguno de los distritos electorales locales o federales, eso no significa que la percepción sobre las motivaciones ciudadanas haya sido errónea.

Las relaciones establecidas entre los candidatos del PRI y los ciudadanos estuvieron acordes con sus expectativas en cuanto a su papel durante el periodo electoral: el de gestores. Para muchos la visita de un candidato de este partido significaba la oportunidad de solucionar alguna deficiencia en los

<sup>4</sup> Una explicación pormenorizada de los procedimientos teórico-metodológicos utilizados para la elección de los distritos electorales se presenta en Tejera, 1999: 78 y ss.

servicios públicos o agilizar un trámite en alguna oficina gubernamental. Los candidatos realizaron sus campañas atendiendo aquellas demandas de mejoramiento o reparación de los servicios públicos en coordinación con las autoridades de las delegaciones políticas en que se ubican los distritos electorales. Incluso algunos de los candidatos obsequiaron pintura y materiales de construcción a quienes se los solicitaron, utilizando para ello recursos de su campaña.

En el informe de campaña dado a conocer por el candidato a Jefe de Gobierno, Alfredo del Mazo, se presentaron las siguientes cifras.

<i>Eventos</i>	
Eventos de campaña	784
Asistentes	653 015
Demandas recibidas	270 925
Tiempo en eventos	430 horas
Días en campaña	93
<i>Discursos</i>	
Seguridad	154
Empleo y salarios	34
Educación y capacitación	37
Medio ambiente y vivienda	31
Servicios públicos	42
Gobierno y participación	28
<i>Gestión</i>	
Demandas recibidas	270 925
Demandas realizadas	213 144
Trámites en proceso	138 544
Trámites resueltos	74 600

Como puede observarse, en el rubro de gestión se señalan mas de 270 mil demandas que fueron entregadas a los comités y candidatos de este partido, de las cuales fueron resueltas 27.5 por ciento (74 600). Sin embargo, el término "resuelto" puede haber tenido el significado de que las demandas se tramitaron por oficio. En el análisis de las 1 280 demandas que fueron entregadas al comité de campaña de uno de los candidatos a diputado, encontramos que 1 115 fueron organizadas y entregadas a las oficinas delegacionales, o a otras dependencias gubernamentales encargadas de su atención; 110 fueron cubiertas por la delegación política o el comité de campaña y 15 quedaron pendientes. Lo anterior significa que en términos reales solamente 8.5 por ciento de las mismas recibió atención antes de las elecciones. No puede evitarse cierta incredulidad cuando el porcentaje de demandas atendidas que

reporta el candidato a Jefe de Gobierno alcanza 27.5 por ciento, dado que el carácter de muchas de ellas hubiese implicado inversiones sustanciales de recursos públicos y no se hubieran finalizado antes de los comicios. Además, la estrecha vigilancia y, en su caso, denuncia de los partidos de oposición contra los apoyos gubernamentales para el PRI, impidieron que estas prácticas fueran sustanciales y se limitaron, en su mayoría, a lavado de cisternas y mantenimiento de la red de drenaje y agua potable. Por lo anterior, es muy probable que las cifras del informe no correspondan a la realidad y su publicación haya tenido el propósito de generar una sobreestimación de las posibilidades reales del PRI para dar respuesta a las demandas ciudadanas, especialmente entre quienes tienen algún tipo de relación con el mismo.

Sin embargo, habría que precisar que, aun suponiendo que las demandas resueltas hubiesen sido un porcentaje más alto, de todas formas de 1 400 000 votantes que los estrategas de este partido afirmaron que votarían a su favor, la cifra final estuvo 30 por ciento por debajo de sus estimaciones (990 306 votos a favor del candidato a Jefe de Gobierno). En términos generales, el comportamiento electoral ciudadano parece haber estado más relacionado con su descontento ante la inseguridad pública, la contaminación, el desempleo, la inflación, y el prestigio acumulado por el candidato del PRD a la jefatura de gobierno, Cuauhtémoc Cárdenas, quien ya había contendido en dos ocasiones anteriores por la Presidencia de la República (1988 y 1994). Más allá de los esfuerzos realizados por los candidatos a Jefe de Gobierno y diputados del PRI, lo cierto es que sus campañas no lograron remontar esta situación.

Dado que encontramos coincidencias entre la perspectiva y estrategia de los candidatos de este partido y las expectativas ciudadanas sobre el papel que ellos debían desempeñar, puede afirmarse que la estrategia empleada por el PRI no fue inadecuada, sino insuficiente (Tejera, 1999).

Las relaciones clientelares se han desgastado debido a la reducción del gasto social y las políticas neoliberales relacionadas con la atención a la educación, la salud, vivienda y salarios. Esto ha provocado el debilitamiento de las adhesiones y lealtades hacia este partido entre diversos sectores de la población, en particular entre los más pobres. Pero de ello no se desprende necesariamente que la recomposición de las mismas a través de la atención a sus demandas e incluso cierta estabilidad económica en el país, no haga posible su recuperación electoral. En consecuencia afirmar, por ejemplo, que las motivaciones ciudadanas para votar por otro partido—en este caso el PRD— se derivaron de nuevos contenidos de la "cultura política" ciudadana puede ser optimista.

Tanto los intercambios simbólicos como los político-materiales se entremezclaron en las estrategias utilizadas por los candidatos de todos los partidos, pero en el caso del PRD es posible diferenciarlos más claramente.

Las estrategias de campaña del PRD también expresaron muchos de los contenidos que sus militantes muestran con relación a las motivaciones electorales de los ciudadanos. Estas estrategias fueron diversas a causa de sus percepciones sobre las motivaciones ciudadanas, o sobre su propio papel en el ámbito de las relaciones políticas. Además, a diferencia de las campañas del PRI, las realizadas por los candidatos del PRD estuvieron menos sujetas a una estrategia general o una estructura partidaria más rígida, aunque también esto implicó una menor eficiencia en el caso de candidatos con poca o nula experiencia política y organizativa.

Por lo demás, si bien los contenidos adscritos a las motivaciones ciudadanas variaron entre aquellos cuyas campañas fueron estudiadas, todos se encontraron con el comportamiento ya mencionado de relacionarse con ellos a partir de solicitarles su intervención para resolver problemas específicos.

En términos generales, encontramos candidatos para quienes las relaciones clientelares no sólo son una realidad que hay que aceptar, sino que participan activamente en su constitución y fortalecimiento. En su caso, dichas relaciones fueron fundamentales para contar con la base social de apoyo que les permitiera aspirar a una candidatura y, además, para efectuar las actividades proselitistas de su campaña. "Nosotros los hemos apoyado para que tengan su vivienda y ahora les toca a ustedes apoyarnos a nosotros" manifestaba en una reunión con solicitantes de vivienda uno de dichos candidatos. Estos candidatos sustentaron su relación con el electorado a partir, principalmente, de transacciones específicas; es decir, de la búsqueda de lealtades políticas sustentadas en apoyos mutuos, en intercambios político-materiales.

Otros candidatos, en especial aquellos cuya trayectoria política no se ha fincado en la promoción y organización social urbana, mostraron una perspectiva menos pragmática en cuanto a su relación con el electorado y una tendencia a buscar su favor a partir de transacciones difusas; es decir, de propuestas de cambios legislativos o de políticas gubernamentales (intercambios simbólicos). Algunos consideraban que debía modificarse la relación clientelar entre partidos y ciudadanos, la que asociaban con las relaciones establecidas por el PRI y el gobierno con los ciudadanos, intentando impulsar su participación para solucionar sus problemas y necesidades. De esta forma, fueron propensos a relacionarse didácticamente con el electorado y a que éste conociera las propuestas generales del PRD y las que ellos proponían como plan de trabajo en caso de que fueran electos.

En consecuencia, los aspirantes a ocupar un puesto legislativo, dependiendo de cuestiones como su relación previa con organizaciones urbanas o su trayectoria política, tuvieron perspectivas y, por tanto, experiencias distintas en sus actividades proselitistas.

Sin embargo, encontramos que en términos generales los candidatos de este partido establecieron sus estrategias de campaña con base en lo que podríamos denominar *la expectativa de la participación*. Quienes realizaron las campañas parecen haber atribuido al descontento ciudadano y al interés por satisfacer sus necesidades, la motivación para que éstos asistieran a diversas actividades proselitistas, o se organizaran para satisfacer alguna o varias de sus demandas y finalmente votaran por ellos. Pero con excepción de los mítines y festivales que fueron organizados por candidatos que eran líderes o asesores de organizaciones urbanas (Asamblea de Barrios o Unión Popular Nueva Tenochtitlán, por ejemplo), cuyos integrantes acudieron a los mismos motivados por el interés de obtener una vivienda o la dotación o mejoramiento de algún servicio, los ciudadanos en general no parecen haber respondido a dicha expectativa.

Por ejemplo, uno de los candidatos que había estudiado mercadotecnia, pero cuya experiencia política previa era nula, aprendió con base en la experiencia de campaña, que los actos culturales, los mítines y las reuniones de vecinos no eran eficaces para convocar a la ciudadanía, y gran parte del esfuerzo de su comité de campaña tuvo resultados frustrantes debido a la escasísima asistencia ciudadana.<sup>5</sup> Además, en sus reuniones con organizaciones perredistas auspiciadas por el candidato a diputado local, asesor de organizaciones solicitantes de vivienda, también su experiencia fue decepcionante, pero ahora debido a que sus propuestas no tocaron los intereses particulares de los asistentes a las mismas.<sup>6</sup>

En términos generales, en el discurso de los candidatos de este partido encontramos temas alusivos a los acontecimientos económicos y políticos a partir de 1994. Remarcaron que la crisis era resultado de la corrupción del gobierno de Carlos Salinas y que el enriquecimiento de su hermano era prueba de ello; que los conflictos en el seno de la clase política habían desencade-

<sup>5</sup> Para difundir una obra de teatro el candidato instaló dos espectaculares, e imprimió trescientos carteles e igual número de boletos. Sin embargo solamente asistieron dos personas, por lo que el candidato decide cancelar la función para realizarla el día siguiente en que el público se integrará por dos familias allegadas al candidato y ocho personas más. El candidato reflexiona: "La verdad es que sí me pegó, uno hace un esfuerzo de a de veras porque las cosas salgan y 'poncha' mucho ver que no llega nadie. Yo no entiendo bien qué pasa. La verdad, o no hemos sabido cómo llegarle a la gente, o no se repartieron bien las invitaciones", 11 de mayo de 1997. Incluso una convocatoria tan específica como la dirigida a los vecinos de la manzana donde se ubicaba el comité de campaña invitándolos a que asistieran a una reunión en día domingo resultó decepcionante. Solamente asistió a la misma una familia compuesta de siete personas y cuatro ciudadanos más.

<sup>6</sup> Durante una reunión con vecinos donde un candidato intervino largamente destacando la corrupción del gobierno y del PRI, la crisis económica y respondiendo a las acusaciones sobre que el PRI es el que organiza marchas en el DF que obstaculizan el tránsito, al final de la misma una señora pregunta: "¿si llegan a ganar habrá más alumbrado en la vía pública y más seguridad en las calles? El candidato contesta: "señora, nosotros tenemos el encargo de aprobar leyes, es decir, de legislar, pero también nos hacemos cargo de gestionar, aunque eso no es nuestro trabajo, pero lo realizamos". La señora dice: "bueno, sí, pero qué va a pasar con los problemas que le mencioné", 30 de mayo de 1997.

nado en el asesinato del candidato presidencial Luis Donaldo Colosio, y que el gobierno de Ernesto Zedillo era sólo una continuidad del gobierno anterior, entre otros de tenor similar. Igualmente, respondieron a las críticas formuladas contra su candidato a Jefe de Gobierno y al PRD que se difundieron en los medios de comunicación masivos. Con estos temas intentaron exacerbar el descontento ciudadano.

Más allá de que los ciudadanos hayan o no coincidido con la perspectiva de los candidatos perredistas, lo cierto es que asistieron a las reuniones con la expectativa de que éstos solucionarían alguna de sus demandas o inquietudes. Por ello, los discursos relacionados con la forma en la que el PRD abordaría el trabajo electoral, o las ofertas de acciones gubernamentales dirigidas a resolver ciertos problemas no tocaron, por lo general, el ánimo ciudadano. Las transacciones políticas con mayor éxito fueron aquellas que no buscaron fomentar la cultura cívica, o la conciencia ciudadana sobre los problemas del país, o la importancia de la organización ciudadana para resolverlos, sino que se adecuaron a las expectativas ciudadanas, especialmente a la solución de sus demandas particulares.

La mayor o menor pertinencia del discurso de los candidatos se relacionó con que hiciera referencia a las inquietudes ciudadanas y a su compromiso personal de darles respuesta. En consecuencia, ni la visión de los candidatos sobre los problemas del PRD o el país, ni las tareas legislativas o las plataformas políticas que propusieron, representaron un papel importante en las relaciones políticas, como tampoco parecen haberlo tenido en el comportamiento electoral.

Por su parte, las campañas del PAN pueden, por sus características, ubicarse en el extremo opuesto a las realizadas por el PRD. La presencia política de este partido en el PRD parece estar asociada con la coincidencia de los valores que proclama, o los que la clase media conservadora le adscribe. En este sentido, la práctica política de los militantes y simpatizantes del PAN no se ubica en el ámbito de las relaciones clientelares, sino en el espacio de las adhesiones que se sustentan en redes familiares e identidades culturales. Es un partido cuyas personalidades políticas (Manuel Clouthier y Diego Fernández de Cevallos, por ejemplo) han tenido un importante papel para agenciarse la preferencia electoral de la que goza, en el creciente proceso de *personalización* de la política (Sartori, 1998: 107-108; Lipovetsky, 1996: 25-26).

De los resultados obtenidos en la investigación sobre el terreno puede afirmarse que ser panista es más una cultura que una convicción política. Una cultura que está relacionada con valores y moral provenientes de una forma de vida en la que se combinan la pertenencia a la clase media con adscripciones a valores asociados a la moral católica y el individualismo como medio para la superación económica.

Si bien durante las campañas los candidatos de este partido también recibieron innumerables solicitudes de atención a problemas como la inseguridad pública y la insuficiencia de los servicios públicos, su estrategia electoral no contempló como una actividad importante dar alguna respuesta a las mismas. Podría argumentarse que esto se debe a que el PAN no ha contado con los medios para convertirse en intermediario entre las demandas ciudadanas y el gobierno, pero entonces podría decirse lo mismo del PRD, que no es el caso, ya que la gestión es una actividad sustantiva del proselitismo que éste realiza.

Lo cierto es, como ya se ha planteado, que la actividad política del PAN no está vinculada, en términos generales, a esta función.<sup>7</sup> También lo es que, en el caso de las elecciones de 1997, el hecho de que el titular de una de las delegaciones políticas perteneciera al PAN abrió a sus candidatos la posibilidad de atender ciertas demandas, pero ésta no fue la tónica de las campañas que se estudiaron.

En una primera etapa la mayoría de las actividades proselitistas se circunscribieron a las visitas domiciliarias, que, en una segunda etapa, se combinaron con el reparto de propaganda y regalos en zonas donde se consideraba que el apoyo al PAN era mayor y, en las últimas semanas, los candidatos y las brigadas repartieron volantes y calcomanías en centros comerciales, supermercados, salidas de metro y cruceros. Igualmente, algunos de los candidatos organizaron reuniones con militantes y simpatizantes convocados a través de las redes sociales de este partido, por ejemplo, desayunos en los cuales presentaron sus propuestas sobre aspectos específicos.<sup>8</sup>

Las estrategias proselitistas muestran que la estructura organizativa de este partido no está sustentada en las relaciones clientelares que pueden encontrarse en el PRI y el PRD. La estrategia basada en las "visitas domiciliarias" muestra que su vínculo con organizaciones sociales que pugnan por la satis-

<sup>7</sup> Durante una de las visitas domiciliarias, el candidato a diputado federal se introduce en una vecindad. Al platicar con una señora ésta dice: "nosotros somos panistas de corazón. No se preocupen, todos los de esta casa vamos a votar por ustedes". El candidato agradece el apoyo y la señora continúa: "le pido que si llegan a ganar, a ver si pueden hacer algo por nuestras casas, están en muy mal estado". El candidato responde a la señora: "no se preocupe, si llegamos a ganar nos vamos a hacer cargo de todos estos problemas". Al salir encuentra al candidato a diputado local que también recorre las calles y le dice: "cómo ves, estos cabrones quieren que les arreglemos sus casas" a lo que el otro contesta irónicamente, "como no, mañana les traemos ladrillos", 3 de mayo de 1997.

<sup>8</sup> Como el organizado especialmente para las mujeres al que asisten aproximadamente doscientas simpatizantes. Mientras se desayuna, los candidatos locales y el federal del distrito en cuestión ofrecen cada uno un discurso y, posteriormente, contestan preguntas. A esta reunión asistió la esposa de Carlos Castillo Peraza (candidato panista a Jefe de Gobierno) quien también se dirigió a las presentes refiriéndose a las propuestas del PAN relacionadas con la marginación femenina y el importante papel que tienen las madres en la educación de sus hijos y, por tanto —afirma—, en la transformación del país a través de la familia. En la ronda de preguntas, se inquiere al candidato a diputado federal acerca de los motivos por los cuales se ha lanzado para candidato y éste contesta que es licenciado en ciencias políticas y "la política es mi vocación, la política es buscar el bien común de la sociedad y he tratado de esforzarme para ejercer la política, creo que tengo la vocación para hacerlo". Desayuno con mujeres, 4 de junio de 1997.

facción de necesidades inmediatas es mínimo. Las adhesiones al mismo se ubican sustancialmente en el espacio de los imaginarios sobre cómo y quiénes deben gobernar.

Las campañas de los candidatos de este partido mostraron los valores que éstos consideraron que eran más eficaces para ganar el voto ciudadano. Sin una estrategia específica que guiara sus actividades proselitistas, más que la ya mencionada de visitar los domicilios de los votantes del distrito por el que competían, sustentaron el proselitismo en sus intuiciones sobre las motivaciones ciudadanas. Así, el discurso usualmente empleado destacó el tema de que acudían a los domicilios porque deseaban establecer una relación personal con sus moradores, lo cual puede explicarse como resultado de la estrategia empleada. Pero encontramos otros aspectos que particularizan la objetivación de los elementos culturales que los candidatos de este partido pusieron sobre la mesa para negociar el voto ciudadano. Uno de ellos, común entre varios de los candidatos cuyas campañas se siguieron, fue presentarse como ciudadanos "normales", pero motivados por el interés de servir a su comunidad. Destacaron su papel de padres de familia (tanto discursivamente, como llevándola a mítines y festivales) y su desinterés por los ingresos que podrían recibir como diputados, alegando que contaban con una profesión o actividad que les proporcionaba los recursos para vivir con comodidad. La eficacia que puede atribuirse a esta forma de relacionarse con los ciudadanos, es la misma que puede asignársele al lema del Partido Verde Ecologista de México (PVEM) durante esas elecciones: "no votes por un político, vota por un ecologista", que en la práctica los candidatos del PAN convirtieron en "no votes por un político, vota por un ciudadano". Con esto los aspirantes del PAN intentaron personalizar su relación con los votantes con los que se reunieron o a quienes visitaron. Las propuestas cohesivas en las relaciones políticas por parte de los candidatos de este partido se fundamentaron en su carácter apolítico y sus atributos personales como ciudadanos. Sin embargo, cabe mencionar que mostraron la tendencia a presentar la plataforma de su partido, o el programa de trabajo que realizarían en caso de ser electos y, como sucedió con los candidatos de los demás partidos, en la medida en que el discurso fue más difuso con relación a las preocupaciones ciudadanas inmediatas, la relación cara a cara con los ciudadanos no tuvo los efectos esperados.

### Ciudadanos y campañas

El discurso elaborado con relación a demandas específicas y percepción del contexto económico y político fue el núcleo del estudio de las relaciones polí-



ticas observadas, ya que el mismo vincula lo simbólico con lo material y otorga contenido a los procesos de objetivación mediante los cuales los ciudadanos buscan la satisfacción de sus demandas.

Las relaciones entre candidatos y ciudadanos se caracterizaron por ser transacciones enmarcadas en lo que denominamos la *estrategia de la necesidad*, que en términos formales se expresó a través de las demandas ciudadanas. Tanto el contenido como la forma en que se plantearon dichas demandas fueron un indicador de la percepción ciudadana sobre la política. Además, fueron indicadoras de las expectativas con respecto al quehacer gubernamental.

Las demandas que los ciudadanos plantearon a los candidatos del PRI se efectuaron en el contexto de un diálogo con los "representantes del gobierno", mientras que las que recibieron los del PRD o el PAN expresaron las expectativas que se tenían de ellos en caso de que ganaran las elecciones, combinadas con manifestaciones sobre la desilusión y el engaño sentidos a causa del deterioro en el nivel de vida provocado por las acciones u omisiones del quehacer gubernamental.

Como se ha mencionado, la tónica general en las campañas políticas es que todos los candidatos fueron tratados como *gestores*. La oportunidad abierta por la búsqueda del voto para obtener respuesta a alguna demanda por parte de los candidatos abrió la posibilidad de acortar la distancia entre ciudadanos y gobierno. Pero la causa de esto es también resultado de las percepciones normativo-funcionales ciudadanas, permeadas por las relaciones entre los distintos grupos de la sociedad y el Estado mexicano, caracterizadas por el corporativismo y el clientelismo de cinco décadas. Aun cuando dichas relaciones se hayan modificado en los últimos 20 años, sus huellas en la cultura son tales, que el cumplimiento de las demandas a través de su gestión parece continuar siendo el sustento con base en el cual se negocian las relaciones de lealtad y preferencia partidarias.

Aun cuando los candidatos de los diferentes partidos invitaron a los ciudadanos a participar y organizarse para solucionar algunos de los problemas que les fueron planteados, estas acciones no parecen haber sido consideradas por sus interlocutores como eficaces para satisfacer sus requerimientos. Lo anterior puede explicarse debido a que, desde la perspectiva ciudadana, el papel del gobierno todavía se enmarca en nociones relacionadas con los deberes asociados a la presencia de un Estado benefactor; por su desconfianza en incidir en las acciones gubernamentales a causa de la ausencia de canales de intercomunicación eficientes o con credibilidad,<sup>9</sup> y porque, como he-

<sup>9</sup> Un ejemplo de ello es el abstencionismo en las elecciones de consejeros ciudadanos de 1995 y el de las realizadas en 1999 para elegir representantes vecinales.

mos mencionado, las campañas significaron una oportunidad de que los candidatos intercedieran por ellos para obtener así su voto.

La autonomía de quienes resultan ganadores en una elección se expresa en la incertidumbre ciudadana de que sus demandas sean satisfechas, por lo que las relaciones entre candidatos y ciudadanos en el marco de las campañas políticas significan la posibilidad, al menos, de que esto suceda. Posibilidad, porque aun cuando el discurso de la mayoría de los candidatos de los diferentes partidos pueda resumirse en la frase "atenderé todas tus necesidades", lo cierto es que la incertidumbre expresada discursivamente en escepticismo también puede sintetizarse en otra frase: "ustedes nada más vienen cuando necesitan nuestro voto".

Aun cuando la crisis de los partidos es el resultado, en parte, de su eficacia decreciente como intermediarios entre la sociedad y el gobierno, de todas formas los contenidos discursivos y el contexto intencional mostraron que los ciudadanos encontraron en las campañas la posibilidad de que este papel fuese retomado por sus candidatos, al menos durante los meses en que éstas se realizaron. Si bien expresaron de una u otra forma su desconfianza al partido al que los candidatos pertenecían, a sus propuestas o al interés que éstos manifestaron por solucionar sus requerimientos, frecuentemente lo hicieron para generar lazos de compromiso personal.

Sobre todo en las colonias y barrios más pobres de los distritos electorales donde se siguieron las campañas, sus habitantes pretendieron que los candidatos dieran respuesta a sus requerimientos, o los gestionaran ante diversas instituciones gubernamentales, a partir de establecer relaciones morales. Para ello, por lo general, destacaron su lealtad al partido al que pertenecía el candidato, o su desilusión con el partido por el que habían votado anteriormente. También pretendieron tocar la sensibilidad de los candidatos al reiterar "el olvido en que el gobierno nos tiene", pero en casos particulares además los invitaron a desayunar o comer e incluso les pidieron que fueran padrinos de una fiesta de quince años, o en un bautizo. Así, aun cuando las relaciones entre candidatos y ciudadanos fueron en general fugaces, en las reuniones de los candidatos con vecinos y organizaciones sociales encontramos que sus integrantes pretendieron establecer, reactivar o fortalecer relaciones de corte clientelar. Las relaciones personales entre ciudadanos y candidatos significaron, desde la perspectiva de los primeros, la única posibilidad real de incidir sobre las políticas gubernamentales de gasto en infraestructura y servicios.

Ante un futuro cada vez más incierto como resultado de políticas económicas que afectan el nivel de vida de los habitantes del país, para muchos ciudadanos las relaciones de reciprocidad que sustentan los vínculos clientelares representan una vía para cubrir sus necesidades o alcanzar sus aspiraciones.

Así, a menudo los ciudadanos buscaron establecerlas con base en un discurso que remarcó su ubicación asimétrica con los candidatos, y la lealtad individual o colectiva hacia el candidato y/o su partido. Objetivaron los contenidos culturales de las relaciones patrón-cliente utilizando como recurso el énfasis en la subordinación inherente a las mismas y, en consecuencia, la aceptación del autoritarismo personal que las caracteriza. Pero al mismo tiempo y dado el deseo de los candidatos de obtener su voto, los ciudadanos se quejaron de su falta de credibilidad porque "nos abandonan" o "se olvidan de nosotros" cuando obtenían el triunfo y buscaron un compromiso moral; que les dieran "supalabra" de que, en el peor de los casos, cumplirían sus ofertas y, en el mejor, que serían gestores permanentes de sus demandas cuando ocuparan un puesto legislativo. Lo importante es que esta dinámica en las relaciones políticas observadas muestra que los ciudadanos despojaron de contenido institucional su derecho a recibir atención por parte de las instancias gubernamentales apostando a las relaciones clientelares como la relación más factible para obtenerla.

No todos los encuentros entre candidatos y ciudadanos se sustentaron en buscar establecer relaciones de patronazgo. También los electores aludieron a la obligación gubernamental de dotarlos de mejores servicios. Lo interesante es que rara vez sustentaron dicha obligación en sus derechos como ciudadanos, sino en hacer referencia a un pasado cuyos contenidos míticos<sup>10</sup> se evocaron con la finalidad de apoyar la eficacia de demandas de alcance inmediato. Como ejemplo, uno de los electores planteaba la cuestión de la siguiente manera:

Me parece que ya que el PRI lleva tantos años en el gobierno que nos ha dejado cada vez peor. Pues si quiere nuestro voto el gobierno debería de beneficiarnos más a nosotros y dejar de andar permitiendo que las cosas vayan bien para los ricos y nosotros no tengamos ningún beneficio. Ya ve la cantidad de gente que anda por ahí buscando trabajo y la cantidad de raterillos, mientras que uno ve en la televisión que supuestamente estamos muy bien. A ver si el *lic* (el diputado del PRI) pues nos ayuda con nuestro problema (escasez de agua), al fin que él debe tener conocidos en la delegación.<sup>11</sup>

No habría que confundir el contenido de las relaciones políticas que se manifestaron en el transcurso de las campañas políticas con el sentido de las preferencias electorales. Los candidatos del PRI aprendieron en la práctica, con los resultados electorales, que las relaciones cara a cara no eran indicativas del comportamiento electoral. Más allá de la coincidencia entre los

---

<sup>10</sup> Entendemos aquí el mito en su acepción antropológica, es decir, como una narración sobre el pasado a la que se acude, y frecuentemente se reinventa, para fundamentar o sancionar lo que es o debe ser el presente.

<sup>11</sup> Asistente a reunión con el candidato local del PRI, 20 de junio de 1997.

discursos y acciones de los candidatos con los deseos y expectativas ciudadanas, habría que diferenciar la dinámica cultural mostrada en el ámbito de las campañas electorales del comportamiento electoral ciudadano.

Muchos candidatos enfocaron las campañas desde una perspectiva que consideraban pragmática aunque, como hemos dicho, coloreada por sus percepciones sobre los ciudadanos. También los ciudadanos se comportaron de acuerdo con su visión sobre los candidatos, la política y el poder y, en este sentido, los ciudadanos fueron igualmente pragmáticos. Sustentaron su relación bajo el principio expresado en una reunión por una vecina: "en realidad a mí no me importa la ideología de cada partido, pero sí que se solucionen las cosas".<sup>12</sup> De esta forma, expresaron su apoyo a los candidatos con el propósito de que éstos dieran algún tipo de respuesta a los problemas que les plantearon, pero votaron por aquel que tenía una mayor significación en el contexto de sus aspiraciones más generales.

El pragmatismo político, que también fue una expresión de la visión sobre los ciudadanos por parte de los candidatos, tuvo un importante papel en las campañas observadas. Muchos candidatos compartieron el principio de que había que conseguir el voto ciudadano por encima de cualquier consideración "porque ésta es una lucha política". Prometieron más de lo que efectivamente podrían cumplir, simulaban interés por los problemas que los ciudadanos les plantearon y remarcaron la responsabilidad moral que significaba que los ciudadanos les brindaran su confianza. Justificaron su actuación con base en criterios como "en las elecciones todo se vale, y aunque yo no estoy de acuerdo con algunas cosas, de todas formas lo más importante es que el partido gane. Además, los demás partidos juegan muy sucio, y no podemos dejarnos porque si no, nos ganan."<sup>13</sup> Este pragmatismo tuvo, en el caso del PRD, su costo. Las múltiples promesas realizadas durante la campaña electoral, en conjunto con los atributos y capacidades personales y de ejercicio del poder que los ciudadanos atribuyeron a su candidato a Jefe de Gobierno, fueron un factor importante en el descontento ciudadano posterior a las elecciones del seis de julio de 1997.

Al respecto, la percepción ciudadana sobre la capacidad de cada candidato para satisfacer sus demandas (específicas) y expectativas (generales) se ubicó en el ámbito de la creciente personalización de la política y del descrédito de los partidos. En este sentido, tanto la forma como los contenidos de las transacciones que los aspirantes a diputados entablaron con los ciudadanos, estuvieron delimitadas por la percepción ciudadana en cuanto al partido al que pertenecían y los atributos personales que asignaron a los

<sup>12</sup> Recorrido de candidato del PRI, 24 de mayo de 1997.

<sup>13</sup> Conversación con candidato, 20 de junio de 1997.

candidatos a Jefe de Gobierno. En un proceso similar al mostrado por el comportamiento electoral denominado "voto cascada" donde los ciudadanos eligieron primero al aspirante a la jefatura de gobierno y de ahí a los otros candidatos que pertenecían al mismo partido, de la misma manera, los ciudadanos midieron a los candidatos con base en su percepción sobre cada partido, o por los atributos del candidato a Jefe de Gobierno. En consecuencia, fueron los candidatos a la jefatura de gobierno del PR los que marcaron la pauta bajo la cual los ciudadanos votaron por uno u otro partido. Además, en el contexto de la votación en general, el número de relaciones cara a cara entre candidatos a diputados y ciudadanía fue poco significativo, ya que los distritos electorales tienen más de 170 mil votantes en promedio.<sup>14</sup>

Otro factor que provocó que las campañas de los candidatos a diputados hubieran tenido un papel secundario en los sucesos electorales de 1997 fue la poca o nula importancia que los ciudadanos otorgan al quehacer legislativo. Para muchos es incluso una actividad superflua, por lo que reiteramos, el papel más significativo para la ciudadanía es su carácter de gestores potenciales o, en todo caso, su carácter de "representantes" enviados para dialogar con ellos por parte de quienes aspiraron a la jefatura de gobierno. Por estas razones, si bien las campañas electorales estudiadas permitieron mostrar algunos de los contenidos culturales que matizan las relaciones políticas en la ciudad de México, las mismas no fueron indicativas del comportamiento electoral.

Los supuestos sobre el comportamiento político y electoral ciudadano fueron el soporte con base en el cual se definió la eficacia de las estrategias proselitistas. En otras palabras, la percepción que sobre los ciudadanos mostraron los partidos políticos se tradujo en prácticas políticas que delinearon los contenidos de las actividades proselitistas, las que mostraron cómo la objetivación es el mecanismo cultural que imprime su dinámica a los discursos y prácticas políticas. Como se ha dicho, a través de la objetivación los sujetos sociales buscan alcanzar sus propósitos en el campo de las relaciones políticas, pero su carácter dinámico proviene de que su eficacia es constantemente puesta a prueba, ya que depende de condiciones particulares de la interacción e intercomunicación social, así como de las económicas y políticas circundantes. Por esta razón, por ejemplo, aun el pragmatismo que podría considerarse como una cristalización de ciertos valores y normas culturales que se expresaron mediante ciertas prácticas, fue reformulado a través de la experiencia adquirida en las relaciones políticas. De acuerdo con lo planteado por Nicholas:

<sup>14</sup> En la campaña donde se realizaron un mayor número de reuniones con vecinos, mítines y festivales, calculamos que el número aproximado de ciudadanos con los cuales un candidato del PR tuvo relación no rebasó los cuatro mil votantes potenciales.

The pragmatic rules of a political system are statements about effective action that are in the testing process. A skillful politician may be constantly searching for untried strategies that give him an advantage over opponents or that reduce the expenditure of his power necessary to accomplish a given objective. When a new method is found effective it becomes part of the common store of information on political procedures. An ineffective method may never again be employed, so that it appears only in a single political event. In other words, a pragmatic rule that is tested and found effective is translated into oral principle or jural rule and begins to support and restore new forms of social relationship with which it is connected (Nicholas, 1968: 305).

Los contenidos de la cultura fueron reorganizados y utilizados para sustentar la eficacia de las relaciones políticas tanto por parte de los candidatos como de los ciudadanos. Pero lo interesante es que no fueron valores culturales del campo político, sino valores culturales que se aplicaron y reorganizaron para actuar en el campo de lo político, los cuales sustentaron el interés de los involucrados por alcanzar sus objetivos en el marco de las relaciones políticas.

No obstante, habría que aclarar que en muchos casos las prácticas políticas empleadas por los candidatos no se modificaron sustancialmente, a pesar de que los resultados de campaña no eran los esperados. Si bien esto se debió en parte a condiciones estructurales donde los recursos financieros, humanos y de organización de cada partido tuvieron un importante papel, algunas de las premisas bajo las cuales cada uno de ellos efectuó su campaña no fueron permeadas por la experiencia cotidiana. En consecuencia obstruyeron la posibilidad de evaluar los resultados de sus prácticas políticas; atrapados en sus convicciones sobre la eficacia de las mismas, muchos candidatos no reflexionaron sobre sus resultados y tendieron a descalificar o sobreestimar, según el caso, indicadores importantes sobre las predilecciones electorales, tales como las encuestas de preferencia electoral realizadas antes de las elecciones.

recibido en febrero de 2000

aceptado en abril de 2000



### Bibliografía

ALMOND, GABRIEL, "Communism and Political Theory", *Comparative Studies*, núm. 15, 1983.

ALMOND, GABRIEL Y G. POWELL, *Comparative Politics Today: a World View*, Boston, Little, Brown, 1984.

- ALONSO, JORGE, "Partidos y cultura política", en Jorge Alonso (coord.), *Cultura política y educación cívica*, México, Porrúa, 1994.
- BAUDRILLARD, JEAN, *A la sombra de las mayorías silenciosas*, Barcelona, Kairós, 1978.
- BOOTH, JOHN Y MITCHELL SELIGSON, "The Political Culture of Authoritarianism in México: a Reexamination" en *Latinamerican Research Review*, vol. XIX, núm. 1, 1984.
- CASTREJÓN DÍEZ, JAIME, *La política según los mexicanos*, México, Océano, 1995.
- DE LA PEÑA, GUILLERMO, "La cultura política en los sectores populares de Guadalajara", *Nueva Antropología*, núm. 38, octubre de 1990.
- FAGEN, RICHARD Y WILLIAM TUHOY, *Politics and Privilege in a Mexican City*, Stanford, Stanford University Press, 1972.
- GIMÉNEZ, GILBERTO, "La teoría y el análisis de la cultura. Problemas teóricos y metodológicos", en Jorge A. González y Jesús Galindo Cáceres, *Metodología y cultura*, México, CNCA, 1994.
- GUTIÉRREZ, ROBERTO, "La cultura política en México: teoría y análisis desde la sociología", en Esteban Krotz (coord.), *El estudio de la cultura política en México*, México, CNCA/CIESAS, 1996.
- KAVANAGH, DENNIS, *Political Science and Political Behavior*, Londres, Allen & Unwin, 1983.
- LECHNER, NORBERT, "Presentación", *Cultura política y democratización*, Santiago de Chile, FLACSO-CLACSO, 1987.
- LIPOVETSKY, GILLES, *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*, Barcelona, Anagrama, 1996.
- LIPSET, SEYMOUR, *El hombre político: las bases sociales de la política*, México, Rei, 1993.
- MUÑOZ, VÍCTOR, "Cultura política y comportamiento electoral en México", *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, México, UNAM, núm. 136-137, año XXXV, nueva época, abril-septiembre, 1989.
- PATEMAN, CAROL, "The Civic Culture: A Philosophical Critique", en Gabriel Almond y Verba, *The Civic Culture Revisited*, Boston, Little Brown, 1980.
- PYE, LUCIAN W., "Cultura política", *Enciclopedia internacional de las ciencias sociales*, Madrid, Aguilar, 1973.
- RALPH, W. NICHOLAS, "Rules, Resources, and Political Activity", en Marc Swartz, (ed.), *Local-Level Politics: Social and Cultural Perspectives*, Chicago, Aldine Publishers, 1968.

ROSE, RICHARD, *Politics in England: Persistence and Change*, Londres, Faber & Faber 1985.

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

TEJERA GAONA, HÉCTOR, "No se olvide de nosotros cuando esté allá arriba": cultura de la política, campañas electorales y demandas ciudadanas en el Distrito Federal, Tesis de doctorado en Antropología Social, México, UIA, 1999.

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



