

29
2ej. 1



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES

CAMPUS ARAGÓN

FINANCIAMIENTO Y ESTRATEGIAS DE
IMAGEN DE LOS CANDIDATOS AL GOBIERNO
DEL DISTRITO FEDERAL

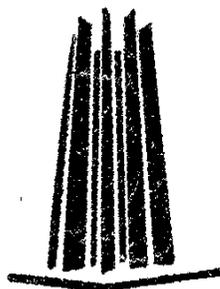
REPORTAJE RADIOFÓNICO

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN
COLECTIVA

PRESENTA:

GLORÍA CHÁVEZ MARTÍNEZ



ASESORA: LIC. ANGÉLICA LÓPEZ MATÍAS

MÉXICO

1998

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4691210



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS.

A Dios:

Por darme la vida.

A mis padres:

Les dedico esta tesis, por todo lo que durante mi vida me han dado, porque ustedes fueron la fuerza que me ayudó a concretar este anhelo y sobre todo porque los quiero mucho.

Papá +

Espero que donde quiera que estés, puedas sentir toda la emoción que para mí representa esta nueva meta en mi vida ¡Esta tesis va por ti!

TE AMO .

A mis hermanos:

Isabel, Lourdes, Jaime, Lilia, Carolina, Jaqueline, Daniel, por todo su apoyo y respaldo para poder culminar a bien esta meta.

Sé que el año que pasó no fue fácil para ninguno de nosotros, sin embargo, si continuamos unidos -como hasta ahora- todos saldremos adelante. ¡Ánimo!

A Víctor:

Por todo por su amor y paciencia durante la realización de este trabajo. Víctor, quiero que sepas que el objetivo logrado también es tuyo y que la fuerza que me ayudó a lograrlo fue tu apoyo. Gracias por todo. ¡TQM!

A mi asesora:

Lic. Angélica López Matias.

Por todos sus consejos y por permitirme ser su amiga.

Quiero agradecer profundamente a todas las personas que colaboraron tanto en el trabajo escrito como en la grabación del radioreportaje.

Su participación fue muy importante y no me cansaré de agradecerles su apoyo incondicionado.

Al Director General de ABC RADIO
Ing. Antonio Aguilar Darriba.

Por todas las facilidades que me otorgó para la realización de este trabajo.

Y sobre todo, gracias a **Martín Morales**. Por consentirme tanto. ¡No lo olvidaré!

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	6
CAPÍTULO I ANTECEDENTES HISTÓRICOS	10
1.1 Antecedentes de los partido políticos	11
1.2 ¿Qué es un partido político y cuál es su función?.....	18
1.3 ¿Cuántos Partidos Políticos existen en México?.....	20
1.3.1 Partido Acción Nacional.....	21
1.3.2 Partido Revolucionario Institucional.....	24
1.3.3 Partido Popular Socialista.....	26
1.3.4 Partido de la Revolución Democrática.....	29
1.3.5 Partido Cardenista.....	33
1.3.6 Partido del Trabajo.....	35
1.3.7 Partido Demócrata Mexicano.....	37
1.3.8 Partido Verde Ecologista de México.....	40
CAPÍTULO II REGLAMENTO FINANCIERO DEL IFE.....	44
2.1 ¿Desde cuándo el IFE otorga presupuesto a los Partidos Políticos para sus campañas?.....	45
2.2 Condiciones que impone el IFE para otorgar presupuesto a un partido político	47
2.3 ¿Qué porcentaje otorgó el IFE a cada uno de los Partidos Políticos que contendieron en las elecciones federales de 1997?	53
CAPÍTULO III ESTRATEGIAS DE IMAGEN DE LOS CANDIDATOS AL GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL	61

CAPÍTULO IV DISEÑO DE SERIE RADIOFONICA.	
"EL PRECIO DE LA DEMOCRACIA".....	86
4.1. Nombre de la serie.....	87
4.2. Lema.....	87
4.3. Nombre del programa.....	87
4.4. Justificación.....	88
4.5. Objetivos.....	89
4.5.1.General.....	89
4.5.2.Particulares.....	89
4.6. Público meta.....	90
4.7. Estructura.....	91
4.8. Reloj de producción.....	92
4.9. Recursos humanos.....	93
4.10. Requerimientos materiales.....	94
4.11. Antecedentes.....	96
4.12. Género radiofónico.....	97
4.13. Modalidad de producción.....	98
CAPÍTULO V GUIÓN TÉCNICO. "El Precio de la democracia".....	99
CONCLUSIONES.....	119
FUENTES.....	123

INTRODUCCIÓN

Con la Reforma Electoral de 1996 se establecieron nuevos derechos y obligaciones para los partidos políticos y sus candidatos a puestos de elección popular, así como inéditas formas para una competencia más equitativa que se refieren particularmente al financiamiento público destinado al desarrollo de las actividades cotidianas, y las de proselitismo, durante los procesos comiciales.

Un hecho histórico y democráticamente trascendental se dio con base en la Reforma Política del Distrito Federal del mismo año, con la cual se restableció la facultad de los habitantes de la Ciudad de México de elegir a su gobernante local, y se definieron las reglas del proceso para designar al jefe del Gobierno de la capital, con la participación de los partidos políticos con registro federal.

A partir de dicha valorización es como surge la idea de realizar un reportaje sobre el proceso electoral para elegir al jefe del Departamento del Distrito Federal, específicamente, sobre el financiamiento y las estrategias de imagen que emplearon los distintos candidatos que contendieron por la gubernatura de la ciudad de México, el 6 de julio de 1997.

El presente trabajo nos muestra, cómo los candidatos organizan sus campañas y manejan su imagen pública, así como la forma en que aplican los recursos otorgados por el Instituto Federal electoral para llevar a cabo su tarea proselitista, ya que para nadie es desconocido que la mayor parte del presupuesto que el IFE otorga a los partidos políticos es destinado a impulsar la imagen de sus candidatos, ya sea en los medios de comunicación, en la calle y en sus presentaciones públicas, dinero que podría ser utilizado en programas sociales.

Para llegar a tal objetivo, la investigación se divide en tres capítulos, el primero de ellos, define qué es un partido político; desde cuándo surgieron los partidos políticos en México y cuántos partidos tienen la posibilidad de contender actualmente.

Expone además, los principios y estatutos de los ocho partidos políticos que participaron en el proceso electoral para elegir al jefe del gobierno del Distrito Federal .

Dentro del segundo capítulo se determina desde cuándo el Instituto Federal Electoral otorga presupuesto a los partidos políticos, así como las condiciones y requisitos que exige para otorgarlo.

En general, plantea los fundamentos legales que enmarcan esta figura de apoyo económico para las actividades políticas, los montos utilizados en éste proceso electoral, y el tipo de gasto realizados por cada partido.

El tercer capítulo se refiere a la imagen pública y las estrategias de imagen que emplearon los candidatos del PRI, Alfredo del Mazo, del PAN Carlos Castillo Peraza y del PRD Cuauhtémoc Cárdenas, durante toda su campaña proselitista.

En este capítulo se muestran también, algunos recuadros que permiten tener una mejor percepción sobre la presencia de los candidatos en los medios de comunicación, (Radio, Televisión y Carteles).

Como se puede apreciar, este trabajo trata de dar a conocer al lector y al radioescucha, dos conceptos pocas veces tratados en los medios de comunicación cuando se refieren a los partidos políticos, por lo que el objetivo de esta investigación es invitar al lector para a través de la misma, y del reportaje denominado "*El precio de la Democracia*" conozca todo lo relacionado al dinero y las estrategias que emplean los comités de campaña de los partidos políticos para ganar el voto de la ciudadanía.

CAPÍTULO

I

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

La historia de los Partidos Políticos en México se puede decir que es relativamente joven en relación con la historia de la humanidad. A raíz de los 34 años de dictadura del General Porfirio Díaz, nuestro país se vió en la necesidad de abrirse hacia un sistema político partidista.

Fue a principios del siglo XX, cuando con la organización de clubes políticos se dio paso en 1906, a la conformación del primer partido político en nuestro país; el Partido Liberal Mexicano, que fue encabezado por Camilo Arriaga y después por Ricardo Flores Magón. Un año después, de manera independiente, surgió el Club Central Anti-Reeleccionista, "fundado por Francisco I. Madero quien fue postulado en 1910 por este Club como candidato a la Presidencia de la República"¹.

1.1.1 ANTECEDENTES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

Es importante señalar que los partidos políticos mencionados, surgen después de la lucha armada, pues durante la guerra de revolución, los poderes, las organizaciones y toda la actividad política se desarrolló en las filas de los ejércitos.

Una de las ventajas que propició la lucha revolucionaria, fue la popularidad reflejada en la diversidad de los organismos políticos que constituyeron la nueva sociedad post-revolucionaria; sin embargo, Venustiano Carranza como presidente constitucionalista de la República Mexicana, dio expresión electoral al caciquismo político, impidiendo con ello, el surgimiento de candidaturas independientes. Así los presidentes de esa época encontraron nuevas formas de controlar el Congreso de la Unión y a los gobiernos estatales y municipales.

(1) Lajous, Alejandra. *Los Partidos Políticos en México*, La red de Jonas, Editora premia, México, 1986. 2ª ed. p.11

Sin embargo, las primeras organizaciones políticas post-revolucionarias demostraron debilidad e ingenuidad, tal es el caso del Partido Liberal Constitucionalista, que se fundó en 1916 a iniciativa de los militares, para aplazar hasta 1920, el enfrentamiento entre los dos generales más destacados, Pablo González y Álvaro Obregón. Pero en 1917 por las discusiones en el Congreso Constituyente, se demostró que el partido era dominado por la figura de Obregón, situación que provocó naturalmente un gran disgusto a Venustiano Carranza que a pesar haber obtenido la presidencia, postulado por el Partido Liberal Constitucionalista, no llamó a ningún miembro del partido a formar parte de su gabinete.

“Con una ideología definida y una voluntad de lucha clara, el Partido Comunista, surge en 1919, con el fin de formar organizaciones independientes del nuevo estado”² Hecho que de alguna forma denota que el sistema de esa época presenta un vacío de poder que aumenta con el asesinato de Alvaro Obregón, figura aglutinadora del sistema político organizado en torno a la figura personal. Este suceso obligo a la élite del poder a crear nuevos mecanismos de cohesión y control político para conservarse en el poder. “El carisma personal fue sustituido por el proceso constitucional”³

Este momento es clave en la historia de los partidos políticos, pues surge la tesis de la superación del hombre mediante la creación de instituciones políticas, básicamente a través de un partido político auténticamente nacional, “El Partido Nacional Revolucionario, así lo reconoció Calles en su último informe presidencial”⁴

(2) Ibid. p. 21

(3) Idem.

(4) Ibid. p. 24

El Partido Nacional Revolucionario fue fundado por Plutarco Elías Calles en 1929 con el objeto de establecer reglas claras para resolver definitivamente el relevo presidencial "El PNR se apropia del nacionalismo y del reformismo social que caracteriza a la Constitución de 1917. Se presenta como pluralista y ecuménico, pues pretende atraer a sus filas a la totalidad de la sociedad, designándose como el heredero exclusivo de la Revolución Mexicana".⁵

El Nacional Revolucionario aglutinó en su mayoría a la burocracia gubernamental que incluía el poder de los caciques, militares, obregonistas y con ello, logró el monopolio político. Cabe destacar que desde que este partido, (PNR) participó en sus primeras elecciones, el fraude fue evidente pues se manifestó claramente durante las elecciones en que participaron José Vasconcelos del Partido Nacional Antirreeleccionista y Pascual Ortiz Rubio, Candidato del Partido Nacional Revolucionario, donde el Congreso declaró 110 mil votos a favor de Vasconcelos y un millón 900 mil para Ortiz Rubio "Desde entonces y hasta la fecha, el PRI, nunca ha perdido una elección permanente, aunque en varias ocasiones se haya vuelto a escuchar la frase entonces pronunciada por un líder antirreeleccionista, Calixto Maldonado "La democracia ha sido asesinada, no hubo elecciones".⁶

No cabe duda que la asimilación de este tipo de actos fue un paso que trajo repercusiones importantes para el país. Pues durante el Gobierno de Lázaro Cárdenas se realizaron cambios importantes al interior del PNR. Admitió que la dirección del Partido quedara en manos de los sectores obrero y militar "A esta nueva organización, Cárdenas le da el nombre de Partido de la Revolución Mexicana".⁷

(5) Ibid. p. 22

(6) Ibid. p. 24

(7) Ibid. p. 26

El Partido Acción Nacional surge en 1939 como una amenaza inmediata al esquema cardenista de desarrollo: nace como un partido nacionalista, conservador y formalmente católico. El PAN como el resto de los Partidos que aparecieron al final del régimen cardenista, trató de capitalizar el descontento de los grupos medios, el clero, los conservadores y la gente de dinero, contra las reformas populistas emprendidas durante el gobierno de Lázaro Cárdenas.

Cuando la Segunda Guerra mundial concluyó, el Partido de la Revolución Mexicana, consideró innecesario, continuar contemporizando con las organizaciones de izquierda como el PAN, pues en ese tiempo ya se encontraba desprestigiado y decide imponer un gobierno de civiles y un partido institucionalizado, es así, como en 1946 se disuelve el Partido de la Revolución Mexicana para convertirse en el Partido Revolucionario Institucional, pretendiendo limitar la influencia del sector obrero, no sólo abriendo sus puertas a nuevas organizaciones, sino determinando la composición del Consejo Directivo por un número idéntico de miembros de cada sector.

Uno de los objetivos principales del PRI, en esa época, consistió en terminar con la idea de preparar al país para el socialismo y guiarlo hacia la democracia. Entre 1940 y 1950 el Partido Acción Nacional, encabezó la verdadera oposición, fundando su acción política en valores morales trascendentes "Su persistencia en la lid electoral, su crítica sistemática a la acción del gobierno y al fraude electoral, así como su coincidencia con la doctrina social de la iglesia católica, permiten obtener un número creciente de simpatizantes,

aunque este sea mucho menor del que pensaron sus fundadores, quienes no se imaginaba lo institucional que se volvería el grupo revolucionario “ hasta la fecha, el Partido Revolucionario Institucional, continúa como la organización política más importante de México”⁸. Sin embargo, la oposición actualmente ha tomado fuerza y los procesos electorales se han vuelto más democráticos.

En el mes de febrero de 1950, se realizó la primera Asamblea Nacional Ordinaria del PRI, en la cual el reconocimiento de la lucha de clases desapareció, para quedarse en su lugar, las desigualdades sociales y económicas que originaron el sistema capitalista. Asimismo esta Asamblea Nacional Ordinaria fijó el sentido de la intervención del Estado en la economía.

Para el periodo que comprendió los años de 1958 a 1964, el Partido Revolucionario Institucional estuvo encabezado por Alfonso Corona del Rosal que llevo a cabo la III Asamblea Nacional Ordinaria donde se creó el Instituto de Estudios Políticos, Económicos y Sociales del PRI (IEPES).

De 1964 a 1970 durante la gestión de Gustavo Díaz Ordaz, el PRI nuevamente se vió presidido por tres personajes en diferentes momentos, el primero Carlos Madrazo, que intentó democratizar al partido, Lauro Ortega Martínez y, por último, Alfonso Martínez Domínguez.

(8) *Ibid.* p. 28

Entre 1970 y 1972 el profesor Manuel Vite dirigió al partido sin ninguna trascendencia. Hasta la llegada de Jesús Reyes Heróles en febrero de 1972 quien organizó la VII Asamblea Nacional Ordinaria en la que el PRI se proclamó como partido de clases.

Para septiembre de 1975 Porfirio Muñoz Ledo, ocupa el lugar de Jesús Reyes Heróles y preside la campaña de José López Portillo.

Resulta de interés señalar, que en los estatutos del PRI no aparece como órgano de dirección del Partido las convenciones, sin embargo, como la historia nos indica estas asambleas se realizan tradicionalmente.

Por otro lado, en las décadas de los 40 y 50 el Partido Acción Nacional se convirtió en la verdadera oposición al partido hegemónico. Sin embargo, en esa época también se suscitó una fuerte problemática al interior de Acción Nacional.

Tal es el caso de la época en que el PAN era encabezado por Christlieb Ibarrola, y tuvo que enfrentar problemas con disidentes, suspendidos y expulsados, pero a pesar de todo ello y gracias a la autoridad moral de Christlieb, se continuó adelante con la línea política de Acción Nacional.

Pese a ello y después del movimiento estudiantil de 1968, en el PAN había dos corrientes que se consideraban adversarias dentro del mismo partido, pero en ningún momento corrientes enemigas.

Una de ellas era la de participar en cada momento electoral, aunque no se tuviera el candidato idóneo, mientras que la otra era la de no presentar candidaturas como protesta al avance fraudulento por parte del partido del poder.

Estas dos corrientes con el tiempo, vieron sus problemas reflejados en el propio ambiente de elección interna para presidentes Nacionales del Partido. Tal es el caso de Luis H. Alvarez que fue severamente criticado, sobre todo por José Angel Conchello y sus seguidores, que promovieron una campaña de desprestigio en su contra por haberse supuestamente vendido al sistema político de gobierno y después en 1988 por haber apoyado la candidatura del Ing. Manuel J. Clouhtier.

A finales de la década de los ochenta y principios de los noventa, la competencia electoral real entre los partidos políticos se dio básicamente entre el PRI, el PAN y el PRD, denominado hasta entonces, Frente Democrático Nacional, cuando logro conjuntar tres corrientes importantes, entre ellas, la corriente democrática del PRI; la izquierda socialista representada por el Partido Mexicano Socialista y la izquierda social, que englobó organizaciones sociales, obreras, estudiantiles y agrupamientos de activistas políticos, para cumplir en las elecciones presidenciales del 6 de julio de 1989, eligiendo como candidato al Ingeniero cuauhtemoc Cárdenas, sin embargo, el gran fraude electoral orquestado por el gobierno de Miguel de la Madrid, que dio el triunfo en ese año a Carlos Salinas de Gortari, provocó una gran movilización civil y política a nivel nacional cabe destacar que fue el 13 de mayo de 1989 durante la celebración del congreso del Partido Mexicano Socialista que adoptó los documentos, emblema y denominación del Partido de la Revolución Democrática.

1.2 ¿QUÉ ES UN PARTIDO POLÍTICO Y CUÁL ES SU FUNCIÓN?

Los Partidos Políticos en nuestro país, según la Carta Magna, son entidades de interés público que tienen como fin promover la participación del pueblo en la vida democrática, contribuir a la integración de la representación nacional y como organizaciones de ciudadanos, hacer posible el acceso de éstos al ejercicio del poder público, mediante el sufragio universal, libre secreto y directo. La constitución establece que los Partidos Políticos tendrán derecho al uso permanente de los medios de comunicación social, y durante los procesos electorales federales, contarán además con un mínimo de elementos para sus actividades tendientes a la obtención del sufragio popular. Naturalmente, pueden además participar en las elecciones estatales y municipales.

Sin embargo, el analista político, S. Bartolini, define a los Partidos Políticos como cualquier forma de conformidad y cooperación basada sobre algunas lealtades y/o metas comunes por parte de los individuos implicados o que aspiran a ser implicados en decisiones políticas. Destaca que "los partidos políticos han existido y existieron siempre, en todo tipo de sistema político y en todo período histórico: en las iglesias así como en los sindicatos modernos".⁹

Por otra parte, desde 1929 y hasta hace pocos años, los procesos electorales, habían jugado un papel meramente formal, las elecciones se organizaban, los partidos y candidatos realizaban sus campañas y los ciudadanos acudían a votar, pero todo mundo sabía que la inmensa mayoría de los puestos de elección serían ganados por el partido en el gobierno (PRI). Por lo tanto, la democracia en México no existía dado que no se daba la alternancia en el poder.

(9) G. Pasquini, S. Bartolini, M. Cota. et al *Manual de Ciencias Políticas*, Madrid, Alianza Universidad Textos, 1991 pp 217-274

En esa situación, los partidos de oposición luchaban sin mucho éxito por conquistar el voto de la ciudadanía. El Partido Acción Nacional (PAN) fundado en 1939, se esforzaba por avanzar en su organización y sus procedimientos democráticos de selección interna, y su tenaz oposición al gobierno lo condujo a captar las simpatías de algunos grupos de la clase media y alta, sin que por años registrara grandes porcentajes de votos.

Calificado como un partido de derecha, el PAN tenía su polo opuesto en otros partidos de poca membresía, (el Partido Popular Socialista y el Partido Auténtico de la Revolución Mexicana), los cuales tenían diferencias mínimas con el PRI y jugaban en las elecciones muchas veces con los mismos candidatos del partido oficial. Por estas razones el PPS y el PARM no eran considerados como una alternativa y sus votaciones eran muy bajas. El partido Comunista Mexicano y otras formaciones políticas de izquierda no eran reconocidas legalmente y su influencia era insignificante en términos electorales. Sin embargo, con el movimiento estudiantil del 68 y su secuela guerrillista, durante la década de los 70 el panorama electoral varió sustancialmente, la sociedad se diversificó y entró en una etapa en la que pedía pluralidad política, por lo que el partido en el poder propuso (para no perder el poder) una serie de reformas electorales que tenían un signo gatopardiano (cambiar para que todo siguiera igual) es decir, toleró la presencia activa de otros partidos, pero nunca con el ánimo de dejarlos ganar. Así, "el fraude electoral (que siempre existió pero era poco frecuente) empezó a ser utilizado en muchos casos y su implementación trajo cada vez más problemas de legitimidad a los gobiernos priistas".¹⁰

(10) División de Ciencias Sociales y Humanidades, Departamento de Sociología. *Polis 95, México, 1994: Política, Conflictos, Elecciones, Partido y Ciudadanos*. UAM, unidad Iztapalapa 1996.

Es importante destacar que a raíz de las elecciones federales de este 6 de julio los partidos políticos tienen la función de reformarse internamente y sobre todo actualizar sus estrategias con miras a las elecciones del año 2 mil, a fin de continuar llevando al país a una democratización plena.

1.3 ¿CUÁNTOS PARTIDOS POLÍTICOS EXISTEN EN MÉXICO?

Hasta ante del seis de julio de 1997 existían en nuestro país ocho Partidos Políticos que contaban con registro ante la autoridad electoral federal:

- 1) Partido Acción Nacional (PAN);
- 2) Partido Revolucionario Institucional (PRI);
- 3) Partido Popular Socialista (PPS);
- 4) Partido de la Revolución Democrática (PRD);
- 5) Partido Cardenista (PC);
- 6) Partido del Trabajo (PT);
- 7) Partido Demócrata Mexicano (PDM);
- 8) Partido Verde Ecologista de México (PVEM).

En general, los documentos básicos de los Partidos Políticos nacionales son los siguientes:

DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS: conjunto de ideas que fundamentan las actividades del partido.

PROGRAMA DE ACCIÓN: Estrategia que propone el partido para resolver los problemas de nación

ESTATUTOS: Reglas internas de organización y funcionamiento del partido.

1.3.1 PARTIDO ACCIÓN NACIONAL.

Su fundación se concretó durante la celebración de la Asamblea Nacional Constituyente efectuada el 15 de septiembre de 1939. Acto que significó un llamado al pueblo convocándolo a la unión en torno a ideas y principios superiores, basándose en el respeto a esos valores, se pudo orientar a la lucha política y transformar la acción electoral para conformar un partido de carácter permanente y de alcance nacional. Demandó también autenticidad de la representación, justicia social, posibilidad de mantener vivo el espíritu democrático, trato digno al obrero y al campesino, respeto al ejercicio político y respeto también al voto y al resultado de elecciones libres. Todo esto con el respaldo del pueblo y con la responsabilidad necesaria para la elección de un gobierno realmente democrático elegido por todos.

El Partido Acción Nacional basa sus cuatro principios fundamentales, en el respeto a la eminente dignidad de la persona humana; en la procuración del bien común, en la solidaridad, y en la subsidiariedad *.

Por otra parte, cabe destacar que desde 1940 el Partido Acción Nacional propuso la creación de instituciones al servicio del trabajador; en 1946, emanó una iniciativa en favor del Municipio libre, en 1947, la formación del Registro Nacional de Electores, y en 1968, la creación del Servicio Nacional de Empleo.

*Subsidiario.- Adj. Que se da accesoriamente para ayudar a otra cosa

Subsidio.- Impuesto extraordinario. Prestación efectuada por un organismo para completar los ingresos de un individuo o familia.

Ramón García, Pelayo y Gross. *Pequeño Larousse Ilustrado*. Ed. Larousse 1990

Los estatutos generales de Acción Nacional, son el instrumento legal que rige el funcionamiento del partido, fueron aprobados inicialmente en la Asamblea Constituyente, celebrada en la ciudad de México, del 14 al 17 de septiembre de 1939 y ha sido reformada por la asamblea cuando su actualización lo ha requerido.

El Partido Acción Nacional, basa sus objetivos primordialmente en intervenir orgánicamente en todos los aspectos de la vida pública, tener acceso al ejercicio democrático del poder y lograr:

- I. El reconocimiento de la eminente dignidad de la persona humana, y, por tanto, el respeto de los derechos fundamentales del hombre y la garantía de los derechos y condiciones sociales requeridos por esa dignidad;
- II. La subordinación, en lo político, de la actividad individual, social y del estado a la realización del bien común;
- III. El reconocimiento de la preeminencia del interés nacional sobre los intereses parciales y la ordenación y jerarquización de éstos en el interés de la nación,
y
- IV. La instauración de la democracia, como forma de gobierno y como sistema de convivencia.

Es importante señalar que el Partido Acción Nacional durante décadas fue considerado por los mexicanos como el partido de oposición más importante, pues es el que más batalla le ha dado en las urnas al Partido Revolucionario Institucional.

Actualmente, gobierna cuatro estados de la República, (Chihuahua, Guanajuato, Jalisco y Baja California). Sin embargo, en los comicios electorales del 6 de julio de 1997, con la postulación de Carlos Castillo Peraza como candidato al gobierno de la ciudad, el PAN perdió créditos, pues durante el tiempo que duró su campaña, Castillo Peraza se caracterizó por ser una persona de mal carácter, hecho que sin duda repercutió a la hora en que los capitalinos emitieron su voto en las urnas.

Víctor Gordo, consultor en imagen pública, afirmó durante el programa "Monitor de Radio Red" transmitido el 12 de marzo de 1997,¹¹ que la marca era buena pero el producto no era el ideal. Estableció que el Partido Acción Nacional está dogmatizado como la autoridad moral, la gente que vota por PAN, dijo, es la que no ya no quiere votar por el PRI.

No obstante, los dirigentes del blanquiazul, afirmaron después del proceso electoral, que a pesar de la derrota que sufrieron en estas elecciones, continuarán trabajando en busca de un buen resultado para las elecciones del año 2 mil.

(11) MONITOR XE RED 1110 AM 6:00 A 10:00 HRS Conductor José Gutiérrez Vivó Mesa Redonda Sobre Estrategias de Imagen de los candidatos al gobierno del D.F. 12 de marzo de 1997

1.3.2. PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL.

Nace de la Revolución Mexicana como producto de la lucha contra la dictadura y su injusto orden económico y social. Superada la etapa violenta y bajo la nominación de Partido Nacional Revolucionario, en 1929, sienta las bases de la unidad y la estabilidad política; como Partido de la Revolución Mexicana, en 1938, emprende el largo camino de las reivindicaciones sociales; con su nombre actual, a partir de 1946, continúa la edificación del nuevo régimen manteniendo el espíritu

unificador y justiciero, propiciando el desarrollo económico de la Nación y encabezando las demandas de una sociedad crecientemente participativa y plural hacia el perfeccionamiento de las instituciones democráticas.

El Partido Revolucionario Institucional, se rige bajo los siguientes principios:

- 1.- Nacionalismo y Soberanía.*
- 2.- Libertad y Democracia*
- 3.- Justicia y Justicia Social*

De acuerdo con el partido, su compromiso con la legalidad, se sujeta cabalmente a la constitución General de la República y a las leyes e instituciones que de ella emanan, y que en consecuencia se obliga a conducir sus actividades por medios pacíficos y por la vía democrática.

Su proyecto se basa en un México libre y justo. Un México soberano, con democracia y justicia social, piden un Estado que reconozca y asuma como función imprescindible la de garantizar la libertad y la justicia para todos.

No aceptan la contraposición Estado- sociedad, porque conciben al estado como la sociedad políticamente organizada y, en consecuencia , la consideran la única instancia capaz de crear y mantener las condiciones que refrenden cotidianamente la democracia y la justicia social.

De acuerdo con los documentos básicos aprobados por la 17 Asamblea Nacional del PRI el 21 de septiembre de 1996, el Revolucionario Institucional, se integra por ciudadanos mexicanos, hombres y mujeres, que se afilian individual y

libremente que desean suscribir los Documentos Básicos del Partido. Así lo estableció el partido en sus documentos básicos aprobados durante la XVII Asamblea Nacional del 21 de septiembre de 1996.

En esos documentos se señala que los integrantes individuales del Partido podrán incorporarse libremente a las organizaciones y movimientos de los sectores y agrupaciones adherentes. El partido establece que su estructura sectorial se integra por las organizaciones que forman sus sectores Agrario, Obrero y Popular, donde destaca que son la base de su integración social, afirma que expresan las características de clase, de sus organizaciones y mantienen la plena identidad de intereses y propósitos de sus militantes individuales; actúan para vigorizar la solidaridad social de sus militantes, así como para luchar por sus intereses económicos y sociales, cumplir con mayor eficiencia sus tareas políticas y elevar su preparación ideológica, a fin de fortalecer su conciencia sobre la responsabilidad histórica que les corresponde en las transformaciones que requiere la sociedad.

Es importante señalar que después de 65 años como partido hegemónico, el PRI sufrió en la contienda electoral del 6 de julio un duro golpe, tan sólo en porcentaje de votos, el PRD arrolló al PRI con 48.09 por ciento del total de la votación mientras que el Revolucionario Institucional sólo contabilizó 25.60 por ciento.

Lo anterior refleja sin duda, notables fracturas al interior del partido, que incluso propiciaron la renuncia de su dirigente capitalino Roberto Campa Cifrian y por mucho tiempo se especuló sobre la permanencia del presidente nacional priísta, Humberto Roque Villanueva.

Otro de los golpes que en estas elecciones sufrió el PRI fue la pérdida de la mayoría absoluta en el Congreso de la Unión, ahora en la 57 legislatura tendrá que enfrentar al denominado bloque opositor integrado por el PRD, el PAN el PVEM y por Partido del Trabajo.

1.3.3 PARTIDO POPULAR SOCIALISTA.

Después de casi un año de intensa actividad a lo largo de todo México, el 20 de junio de 1948 se llevó a cabo la Asamblea Nacional Constituyente del Partido Popular. En el discurso inaugural de la asamblea, su fundador, guía e ideólogo, Vicente Lombardo Toledano afirmó "Así nace, como el pueblo de México es, perseguido y pobre pero resuelto a limpiar la patria y liberarla. Así han nacido las grandes causas de la historia".

En la asamblea mencionada, fueron aprobados tres documentos: Razón histórica del Partido Popular, el Programa y los Estatutos.

En la Razón Histórica del Partido Popular, se decía que el Partido nacía, como un nuevo instrumento del pueblo mexicano para acelerar el logro de sus viejas aspiraciones y de las necesidades nuevas, inspirado en las mejores tradiciones de México, destacando que sería un partido nacionalista y democrático, genuinamente mexicano, sin vínculos con el extranjero ni dependencia del Estado.

Después de 12 años de intensos debates en el seno del partido, el 26 de agosto de 1960 el Partido Popular, se transformó en Partido Popular Socialista, al adoptar como suya la filosofía del proletariado, el marxismo-leninismo.

De esta manera, el partido enriqueció su programa al abanderar la lucha por el socialismo en nuestro país, precisando la vía mexicana por la cual era posible construir la unidad nacional para derrotar al imperialismo y la reacción local, construir un régimen nacionalista y popular avanzado y finalmente acceder al sistema socialista en nuestras condiciones históricas.

Asimismo el partido perfeccionó su organización y estructura como corresponde a una partido de clase obrera. El partido definió con precisión la vía hacia el socialismo siempre sobre la unidad férrea del proletariado en sus organizaciones de clase, el primer paso consistió en lograr un gobierno de tipo nuevo.

Un Gobierno de Democracia Nacional, integrado exclusivamente por los mejores representantes de la nación y pueblo mexicano; los obreros, los campesinos, los intelectuales progresistas y por todos aquellos que estuvieran empeñados verdaderamente en el desarrollo nacional independiente, la ampliación del régimen democrático y la elevación del nivel de vida del pueblo y posteriormente arribar a un Gobierno de Democracia Popular, en el cual la clase trabajadora sea la determinante en la dirección del gobierno, como antesala del socialismo.

El Partido Popular Socialista, aspira a la transformación del régimen social que prevalece en México, para sustituirlo por el sistema socialista, a través de una vía propia, producto de su experiencia histórica, de las características peculiares de su pueblo y de las acciones concretas de su desarrollo.

Para el PPS, la instauración del socialismo en nuestra patria es su finalidad histórica; y en esa dirección se empeñará por elevar la conciencia revolucionaria del pueblo mexicano, y por contribuir a acelerar el desarrollo de las fuerzas productivas en beneficio de la economía del país.

El programa del Partido Popular Socialista, se inspira en su Declaración de Principios, es un programa que tiene objetivos inmediatos y futuros y se fundamenta en la aplicación de la teoría del marxismo-leninismo, a los hechos concretos del desarrollo histórico de México y del mundo.

¡Viva México! es el lema del partido. Su emblema, consiste en un águila azteca en vuelo ascendente de derecha a izquierda en colores café, verde, azul, amarillo; rodeada por el nombre y el lema del partido en color blanco, todo sobre fondo solferino.

Actualmente el Partido Popular Socialista se ha tenido que enfrentar a la pérdida de su registro, pues obtuvo tan solo el 0.23 por ciento de la votación total para gobernador del Distrito Federal, porcentaje que se traduce en 8 mil 851 votos, cifra que desde luego es muy inferior comparada con la votación que obtuvieron el PRD, el PRI y el PAN.

La campaña política de su candidato, Manuel Fernández trajo como consecuencia el deterioro del Partido Popular Socialista, pues al parecer su propuesta no logró convencer a los capitalinos.

1.3.4 PARTIDO DE LA REVOLUCIÓN DEMOCRÁTICA.

Este partido se constituyó de manera formal el 5 de mayo de 1989. Su antecedente inmediato es el Frente Democrático Nacional, el frente electoral creado para las elecciones del 6 de julio de 1988 y que postuló como candidato a la presidencia la República al Ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano. Esta fecha (5 de mayo de 1989) recuerda la gran movilización social, civil y política que se desarrolló a escala nacional en contra del fraude electoral orquestado por el gobierno de Miguel de la Madrid , así como al impulso de un movimiento democrático económico, político, social y cultural en México.

Cabe destacar que las corrientes políticas fundamentales que logran conjuntarse en el PRD son tres:

- 1) La corriente Democrática del PRI.
- 2) La izquierda Socialista. Representada por el Partido Mexicano Socialista (PMS), creado en marzo de 1987, y que incorporó las experiencias del partido Mexicano de los Trabajadores (PMT) y del Partido Socialista Unificado de México (PSUM), que a su vez es fruto de la unidad en 1981 del Partido Comunista Mexicano (PCM), la Coalición de Izquierda y el Movimiento Acción Popular.
- 3) La izquierda Social englobó lo mismo a organizaciones sociales como la Coalición obrera, Estudiantil del Istmo (COCEI), la central Independiente de Obreros Agrícolas y Campesinos (CIOAC), la Asamblea de Barrios de la Ciudad de México, la Unión de Colonias Populares, La Unión Popular Revolucionaria Emiliano Zapata que agrupamientos de activistas políticos con presencia en el medio social como la Asociación Cívica Nacional Revolucionaria (ACNR), la Organización Revolucionaria Punto Crítico (ORPC), la organización de izquierda Revolucionaria- Línea de masas (OIR-LM), particularmente en el Distrito Federal) y el movimiento al Socialismo.

Cabe destacar que fue en los primeros días del mes de mayo de 1989, cuando tuvo lugar la Asamblea Nacional Constitutiva del partido, pero hasta el día 13 de ese mismo mes se llevó a cabo el congreso del Partido Mexicano Socialista que adoptó los documentos, emblema y denominación del Partido de la Revolución Democrática.

Pasado ese Congreso se presentó a la Comisión Federal Electoral la solicitud de registro del Partido de la Revolución Democrática. Después de una actitud negativa del Partido Acción Nacional y de ataques virulentos del partido oficial, a decir del partido, finalmente el 26 de mayo de 1989, se otorgó al PRD, su registro como partido político nacional.

El PRD se establece como un partido político nacional en los términos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos Integrado por mexicanos que se unen libremente con el objeto fundamental de que su sociedad constituya democráticamente el poder público al servicio de la propia sociedad, responsable ante ella y, en consecuencia, para luchar por los objetivos siguientes:

- I. Los principios constitucionales del Estado democrático de derecho fundado en el respeto público y privado a los derechos fundamentales de la persona, del ciudadano, de sus organizaciones libremente constituidas y de la sociedad en su conjunto.
- II. La impartición de justicia pronta, imparcial y expedita para hacer prevalecer esos derechos.
- III. La prosperidad nacional a partir de la justicia social y económica fundada en la igualdad de oportunidades, del crecimiento equitativo y productivo de la economía nacional para beneficio de los mexicanos y del aprovechamiento racional de los recursos nacionales en armonía con la preservación y regeneración de la naturaleza a base de la subsistencia.

IV. La honradez, eficacia y responsabilidad en el servicio público.

V. El ejercicio irrestricto de la soberanía nacional.

VI. La libre autodeterminación de los pueblos fundada en el respeto internacional a sus derechos y libertades fundamentales y en la no intervención de estados extranjeros en el ejercicio soberano de esos derechos libertades.

VII. La resolución pacífica de las controversias y la observancia de los tratados internacionales de los México sea parte, de acuerdo con la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

El artículo cuarto de los estatutos que rigen al Partido de la Revolución Democrática, establece que el partido se distinguirá por:

- a) Su nombre, que es **Partido de la Revolución Democrática.**
- b) Su lema, que es **Democracia ya, patria para todos.**
- c) Su emblema. **Un sol mexicano estilizado.**

Actualmente el Partido de la Revolución Democrática, se ha convertido en la primera fuerza electoral en el Distrito Federal, luego de la victoria obtenida por el Ingeniero Cuahutémoc Cárdenas que logró 48.9 por ciento del total de la votación para gobernador de la ciudad de México.

Es así como el PRD se ve obligado a cumplir con sus promesas de campaña, es decir, combatir la inseguridad, mejorar los salarios y bajar los niveles de contaminación entre otras muchas.

El PRD también logró en este pasado proceso electoral del 6 de julio, una mayoría relativa en el Congreso de la Unión donde Porfirio Muñoz Ledo, fue postulado como el coordinador de la fracción perredista en la Cámara de Diputados.

De esta manera se observa que el PRD a pesar de ser un partido joven en comparación con el PRI y el PAN ha logrado importantes avances dentro del sistema de gobierno de nuestro país.

1.3.5 PARTIDO CARDENISTA.

El partido tiene su origen en el Partido Socialista de los Trabajadores el primero de mayo de 1975, en esta fecha el acta de fundación del partido, fue leída por Rafael Aguilar Talamantes miembro fundador de este órgano político. 10 años después, en 1985, el Partido Socialista de los Trabajadores se transforma en el Partido del Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional, y participa en 1988 coaligado al Frente Democrático Nacional que postuló a Cuauhtémoc Cárdenas, como candidato a la presidencia de la República.

Finalmente su tercer etapa y última surge el 19 de mayo de 1996, cuando por acuerdo de todos sus militantes adquirió el nombre de Partido Cardenista, el cual tiene como objetivo, conquistar el poder político e instaurar un gobierno de los trabajadores capaz de reconstruir las relaciones políticas, económicas, culturales y sociales fundamentales en la sociedad mexicana.

Es importante señalar que el Partido Cardenista (PC) aspira a convertirse en un instrumento eficiente del pueblo mexicano. Luchan por el poder para reconstruir la Nación y lograr la felicidad de los trabajadores, en este ideario el partido fundamenta la Vía Mexicana al Socialismo.

Su lema, "HACER DE MÉXICO UN PAÍS NUESTRO ". En su emblema utiliza como símbolo electoral, una Estrella Roja en perspectiva hacia la izquierda, con un relieve color negro, teniendo al derecho la efigie de Lázaro Cárdenas del Río, trazada con líneas color negro, ambas sobre un fondo color blanco y enmarcadas en un fragmento de engrane color negro.

No obstante el Partido Cardenista es otro de los partidos políticos que tuvo que enfrentar la pérdida de su registro ante el Instituto Federal Electoral, pues ni su candidato al Gobierno del Distrito Federal Pedro Ferriz Santa Cruz, ni su plataforma política encabezada por Rafael Aguilar Talamantes, lograron obtener más allá del 1.33 por ciento del total de la votación, cifra que se traduce en 71 mil 791 votos.

Sin embargo, al igual que que partidos como el PPS y el PDM, tendrá la opción de organizar Asambleas Extraordinarias para reclutar nuevos integrantes y solicitar de nueva cuenta su registro ante el IFE.

1.3.6 PARTIDO DEL TRABAJO.

Se fundó el 8 de diciembre de 1990, en el auditorio del deportivo "Plan Sexenal" de la ciudad de México. En las elecciones de 1991, sólo obtuvo 270 mil votos, por lo que no consiguió el 1.5 por ciento de la votación nacional que fija la ley para conservar su registro, fue entonces cuando comenzó una campaña para realizar asambleas en más de la mitad de las entidades federativas del país, así el 13 de enero de ese año, recibió su registro definitivo por resolución del Instituto Federal Electoral.

El Partido del Trabajo (PT), se formó a partir de la coordinación de varias organizaciones sociales, entre ellas, el Comité de Defensa Popular de Chihuahua y Durango; frente Popular de Lucha de Zacatecas; Frente Popular Tierra y libertad de Monterrey, así como personas procedentes de la Unión nacional de trabajadores Agrícolas (UNTA); Coordinadora Nacional Plan Ayala y del Movimiento Magisterial Independiente.

La función social del Partido de Trabajo se desarrolla primordialmente en actividades de movilización y gestoría en favor de diversos movimientos y organizaciones sociales, como la gestión de créditos para vivienda y equipamiento urbano en general. Como partido político, desarrolla la línea de masas, que consiste en apoyarse en la movilización de los grupos sociales más humildes, para conseguir la transformación del país. En este sentido, es importante destacar que el PT no aspira al poder mismo, sino como punto de apoyo para impulsar la movilización del pueblo y la transformación de la realidad política de México.

El Partido del Trabajo se rige bajo los siguientes principios:

- **Línea de masas**
- **Poder Popular**
- **Soberanía Nacional**
- **Estado Social de Derecho.**

El PT se establece como plural, tolerante, con libertad de pensamiento y de opinión, y no permite organismos paralelos.

El Partido del Trabajo, a decir de sus impulsores, no busca el poder para sí, impulsa a la sociedad a que lo asuma, siendo el Partido sólo el instrumento. Destaca que el ser y quehacer del PT es luchar por un Partido enteramente nuevo.

Su lema, Unidad Nacional, ¡Todo el Poder al Pueblo! , Su emblema es un recuadro negro con fondo rojo; con una estrella de cinco picos de color amarillo oro en la parte superior, y ocupando un mayor espacio, situadas en la parte inferior de una estrella, sus siglas, en color amarillo oro.

En las pasadas elecciones del 6 de julio, el Partido del Trabajo sufrió un duro golpe pues fue desplazado del cuarto poder electoral por el Partido Verde Ecologista.

El PT logró obtener sólo el 1.86 por ciento de la votación total, lo que evidentemente refleja una problemática al interior del partido pues durante el tiempo que duró la campaña proselitista, el Partido del Trabajo cambió de

candidato, desplazó a Francisco González Gómez y postuló a la cantante Viola Trigo quien tuvo poco tiempo para poder convencer a los capitalos de ser una buena opción para gobernar a la Ciudad de México.

A pesar de todo, el Partido del Trabajo, continua manteniendo su registro pero tendrá que arreglar sus problemas internos para iniciar sus trabajos rumbo a las elecciones del año 2 mil

1.3.7 PARTIDO DEMÓCRATA MEXICANO.

El 3 de mayo de 1978, la Comisión Federal Electoral, por mayoría de votos de sus integrantes, concedió al Partido Demócrata Mexicano, su registro como partido político nacional, condicionado al resultado de las elecciones del 5 de julio de 1979. Fue así, según los impulsores, como se hizo justicia a un movimiento nacionalista que, durante mucho tiempo, venía luchando porque la democracia se viviera en nuestro país, tanto por el pueblo como por el gobierno.

Cabe señalar que siete años antes de que la Comisión Federal Electoral le concediera su registro al PDM, el domingo 23 de mayo de 1971, desde la ciudad de Irapuato, Guanajuato y con motivo de celebrarse a nivel nacional el 34 aniversario del sinarquismo, el jefe nacional de la Unión Nacional Sinarquista, convocó a todo el pueblo de México a afiliarse legalmente al Partido Demócrata Mexicano, cuyo nombre había sido propuesto el día anterior por el impresor Gustavo Morán Cervantes, y que tendría como emblema un gallo colorado de

pelea, como símbolo del espíritu de lucha de los mexicanos para ser libres, logotipo que se debe a la imaginación artística y al gran amor por México del compañero José Y. Valencia González.

Como Promotor Nacional del naciente PDM, quedó Baltazar Ignacio Valadez Montoya, joven luchador social, tiempo después fue relevado por Leonardo Durán Juárez, que más tarde, fue sustituido por Roberto Picón Robledo. Los tres, supieron mover las voluntades ciudadanas y cumplieron la parte que les correspondió en la formación del PDM

El Demócrata Mexicano, sustenta su ideología en la democracia integral y humanista, y entiende la democracia como un sistema de vida, como la mejor posibilidad de realización plena para el ser humano, como persona y como miembro de la sociedad, en todos los órdenes: cultural, económico y político. Se inspira en la filosofía social del cristianismo, con la cual busca iluminar las soluciones a los problemas concretos de México, y desde las posibilidades y la circunstancia mexicana.

La libertad, la justicia, la igualdad de oportunidades, la participación de todos los mexicanos en el quehacer nacional, el servicio al pueblo y la realización del bien colectivo como única razón del poder, la abundante producción de bienes y su justa y equitativa distribución; el fácil acceso de todos a la propiedad, a la cultura, a la salud; a la recreación; el afianzamiento de los valores patrios, la soberanía nacional, la independencia política y económica, la fraternidad universal entre todos los pueblos de la tierra, el respeto mutuo entre las naciones, la paz mundial; son algunos de los postulados ideológicos y de los puntos programáticos del Partido Demócrata mexicano. En contraste, rechaza la geometría política, al considerarla gastada e imprecisa.

El Partido Demócrata Mexicano: Se rige bajo 10 principios fundamentales que son:

- Principio de la dignidad de la persona humana.
- Principio de interdependencia y solidaridad.
- Principio de los derechos humanos y de la justicia.
- Principio de bien común.
- Principio de autoridad.
- Principio de organicidad.
- Principio de participación y democracia.
- Principio de subsidiaridad.
- Principio de la herencia común de los bienes.
- Principio de la primacía del trabajo sobre el capital.

Es importantes, destacar que el PDM se autodefine como un partido social cristiano, fruto maduro de la cultura occidental, que nace de la integración de tres grandes vertientes, la cristiana, el derecho romano y la ciencia y filosofía griega.

Además cabe destacar que la situación actual del Partido Demócrata Mexicano, no es muy favorable, pues los resultados obtenidos en los pasados comicios del 6 de julio, los ha llevado a perder su registro ante el Instituto Federal Electoral, esto es muy claro al observar que de la votación general del Distrito Federal apenas alcanzaron el 0.42 por ciento del total de la votación ejándolo muy lejos de alguna representación en el Congreso de la Unión.

1.3.8 PARTIDO VERDE ECOLOGISTA DE MÉXICO.

Fue en 1990 cuando el partido solicitó ante Instituto Federal Electoral el registro condicionado con en el nombre de Partido Verde Ecologista, solicitud que fue injustamente rechazada por el IFE lo que motivó la apelación ante el Tribunal Federal Electoral. Un año después el TRIFE, falló en favor del partido, pero le condicionó el registro a la modificación del nombre y el cambio del emblema. Así el partido se denominó Partido Verde Ecologista de México y el emblema que tenía una V de verde fue mutilada.

Tras haber participado en las elecciones federales de Agosto de 1991, el partido perdió su registro por no haber alcanzado según las autoridades, el porcentaje constitucionalmente requerido de 1.5 por ciento del total de la votación. El 13 de enero de 1993, después de haber realizado 167 Asambleas Constitutivas en 24 estados de la república y contando con 86 mil afiliados en el territorio nacional, el partido recuperó su registro condicionado.

Fue hasta el 14 de mayo de 1993, cuando se celebró la Asamblea General de este instituto político, que se decidió cambiar el nombre del partido con la finalidad de tener una mejor comunicación visual apegado a los principios motores de la organización, así el partido se denominó PARTIDO VERDE ECOLOGISTA DE MÉXICO y el logotipo se conformó por dos serpientes emplumadas que miran de frente a un círculo que simboliza un tucán en sus colores naturales se posa sobre una V que simboliza la vida: el nombre del partido aparece en letras negras alrededor del logotipo.

A lo largo de su tarea ecologista y política , el PVEM poco a poco ha cosechado importantes triunfos, ya que a decir de sus integrantes, es un partido con principios ecologistas, procura la integración de los mayores consejos de orientación de las mujeres, hombres, jóvenes y niños en las diversas acciones ecológicas y políticas. Es un partido que contiene su proyecto nacional de gobierno enmarcando el concepto de que la vida es primero, y, por tanto, cree que los humanos debemos prioritariamente respetar a la naturaleza y sobre esa base edificar la economía, gobernar y actuar en sociedad.

Es un partido que se pronuncia en contra de las costumbres individualistas, competitivas, consumistas, destructivas y derrochadoras que se fincan en modelos ajenos a México y son perjudiciales a la salud y al medio ambiente.

Los principios fundamentales del partido Verde ecologista son:

- Amor.
- Justicia
- Libertad

Sus principios económicos los establece en la humanidad, la naturaleza, y el medio ambiente como patrimonio principal que tiene la humanidad. Este patrimonio representa según el PVEM como la verdadera riqueza de una nación por lo que considera cuidarlo prioritariamente, destaca que la tendencia es buscar un equilibrio entre el desarrollo de los procesos económicos y la conservación del medio ambiente.

Sus principios sociales son autosuficiencia, desconcentración y convivencia armónica con la naturaleza. El PVEM defiende los derechos humanos como parte central de su posición de la sociedad. Reivindica la igualdad de derechos y oportunidades para todos los mexicanos en los campos de salud, vivienda, educación, cultura y recreación.

Sus principios políticos los define como una tendencia política ecologista. Por tal motivo, el PVEM, difiere del resto de los partidos, al establecer que la competencia se sustituye por la integración de esfuerzos en torno de un objetivo común, que es la defensa de la vida y de sus hábitat.

El Partido Verde Ecologista de México destaca la necesidad de instaurar formas democráticas de convivencia en la sociedad, los partidos políticos y el gobierno. Tolerancia respeto a la diversidad y a la diferencia son formas que guían al PVEM en sus relaciones políticas con la sociedad y la espera pública.

El partido establece categóricamente la obligación de no aceptar pacto o acuerdo que lo sujete o subordine a cualquier organización internacional o lo haga depender de entidades o partidos políticos extranjeros o nacionales. En el PVEM queda absolutamente prohibido solicitar o recibir cualquier clase de apoyo económico, político y propagandístico, proveniente del extranjero o de ministros de los cultos religiosos o sectas.

Cabe destacar que el Partido Verde Ecologista de México, mantiene su programa de acción mediante un sistema permanente para proteger y conservar la naturaleza y recuperar el equilibrio ambiental, que son los postulados y objetivos fundamentales expuestos en la Declaración de Principios.

Actualmente, el Partido Verde Ecologista de México ha ganado posiciones dentro de la escena de los partidos políticos desplazando al Partido del Trabajo del cuarto lugar. El porcentaje que obtuvo en las pasadas elecciones fue de 6.89 por ciento que se traduce en 206 mil 223 votos de simpatizantes y que desde luego lo hace separarse de aquel grupo de los partidos pequeños.

El PVEM a sus siete años de vida logro obtener representacion en el Congreso de la Unión y con ello integrarse al denominado bloque opositor que competira contra la fracción priísta.

Finalmente la voluntad y el trabajo de los funcionarios y autoridades del Instituto Federal Electoral, así como la del presidente Ernesto Zedillo para otorgar autonomía al Instituto Federal Electoral cuando se aprobó la reforma política en 1996 dio como resultado que los partidos denominados pequeños tuvieran un trato más equitativo en cuanto al financiamiento público lo que sin duda fue aprovechado por todos los candidatos al gobierno del Distrito Federal para resaltar y difundir su imagen ante los medios de comunicación y con ello lograr tener más penetracion entre los capitalinos.

El proceso electoral del 6 de julio en la ciudad de México, marcó un cambio sin precedente en la historia política del país. Por primera vez se vivió una verdadera competencia entre partidos a tal grado que el PRI sufrió la peor de las derrotas y el Partido de la Revolución Democrática dio la gran sorpresa, esto desde luego surge a partir del cambio democrático que el Presidente Ernesto Zedillo está impulsado en el país.

CAPÍTULO

II

REGLAMENTO FINANCIERO DEL IFE

Fue durante el régimen de Francisco I. Madero cuando se expidió la primera Ley Electoral que se ocupó de reglamentar la vida de los partidos políticos. Esta Ley puso en evidencia el rechazo de Francisco I Madero contra la dictadura de Porfirio Díaz, pues de hecho, propició la proliferación excesiva de Partidos Políticos regionales y locales al “establecer que sólo se requerían 100 miembros para constituir un partido político y que la proposición de candidaturas a puestos de elección popular sería prerrogativa exclusiva de éstos”.¹²

2.1 ¿DESDE CUÁNDO EL IFE OTORGA PRESUPUESTO A LOS PARTIDOS POLÍTICOS PARA SUS CAMPAÑAS?.

No fue si no hasta 1986 cuando la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, consagró por primera vez el derecho de los Partidos Políticos que cuentan con reconocimiento legal, a recibir financiamiento público para desarrollar sus actividades tendientes a la obtención del sufragio popular.

Fue a partir de ese año y sobre esta base, que en la legislación reglamentaria en materia electoral, se establecieron, desarrollaron y perfeccionaron una serie de disposiciones que han tenido como propósito regular de una manera cada vez más clara, precisa e integral, el régimen financiero de los partidos políticos nacionales y, más recientemente a partir de 1996, el de las agrupaciones políticas nacionales.

(12) Lajous, Alejandra *Los Partidos Políticos en México*, La red de Jonas, Editora premium, 2ª ed México. 1986.

En México, la cuestión del financiamiento público y privado, así como el de su monto y utilización, ha generado desde su aprobación (1986), una serie de controversias; los estudiosos del tema, concuerdan en que no existe un modelo único de financiamiento y que, tampoco existe el mejor modelo al que todos debamos aspirar, lo que sí existe, afirman, es una preocupación constante por perfeccionar las normas que regulan el financiamiento de la vida partidista, con el fin de mejorar la equidad de la competencia electoral y garantizar la transparencia en el origen y aplicación de los recursos.

Cabe destacar que en nuestro país, la reciente Reforma Electoral, se inclinó por la tesis española en la que el financiamiento público es penalizado, y su legislación impide a los partidos políticos recibir donaciones privadas en una cantidad total que sea superior al 5 por ciento de la cantidad asignada en los correspondientes presupuestos generales del Estado para subvencionar a los partidos. En el caso de México, la actual legislación limita las aportaciones de dinero de simpatizantes, a 10 por ciento del total de financiamiento público para actividades ordinarias.

Es importante destacar que independientemente de la polémica sobre el tipo de financiamiento, el centro del interés partidista se ha basado durante muchas décadas, en dos puntos centrales, por una parte los privilegios que a lo largo de su historia ha recibido el PRI de la administración pública, y que condujo a algunos partidos de oposición a hablar de la existencia de un partido de estado y de apoyo legal, pero sumamente desigual, que en materia de financiamiento se venía proporcionando a cada uno de los partidos políticos, a raíz de las distintas reformas electorales de las últimas dos décadas.

Pese a los avances que se generaron con las reformas electorales que culminaron en el proceso electoral de 1994, el propio presidente de la República, Ernesto Zedillo, recogió en distintas ocasiones las críticas de la oposición a la competencia injusta, derivada entre otros factores, de la desigualdad en distribución del dinero dedicado a las campañas y a los partidos políticos. De ahí el lugar que ha ocupado en los años recientes, el tema de la llamada equidad electoral, una de cuyas claves, además del acceso a los medios de comunicación; es el financiamiento desigual que existe en los partidos. En este sentido, la reforma electoral de 1996 estuvo encaminada a proporcionar un esquema de financiamiento público tendiente a generar nuevos esquemas más justos de asignación de presupuesto.

2.2.- CONDICIONES QUE IMPONE EL IFE PARA OTORGAR PRESUPUESTO A UN PARTIDO POLÍTICO.

En México el tema de financiamiento es relativamente reciente, así como su normatividad dentro de las leyes electorales. Fue a partir de 1986 como ya se había mencionado, cuando se avanzó gradualmente en el perfeccionamiento del marco normativo que regula los procesos electorales y, particularmente, el financiamiento a los partidos políticos y campañas electorales.

Es importante destacar que son tres los acontecimientos que pueden dar testimonio de lo expresado anteriormente. En 1987 por primera vez en la historia de la legislación electoral mexicana, el código Federal Electoral incluyó un título

específico para el régimen financiero de los partidos políticos e instituyó el financiamiento público directo en adicción a las prerrogativas hasta ese entonces vigentes sobre el acceso a radio y televisión, al régimen fiscal especial y la franquicia telegráfica y telefónica.

En 1990, el Código Federal Electoral amplió considerablemente el financiamiento público directo, y mantuvo las prerrogativas de los partidos políticos, sin embargo con la reforma electoral de 1993 se fijaron límites a las aportaciones privadas y se creó un órgano de fiscalización ante el cual se presentaron informes de ingresos y gastos, se avanzó en la normatividad para el acceso a la radio y la televisión y en los límites a los gastos de campaña.

En ese año se establecieron cinco modalidades relativas al financiamiento: por **FINANCIAMIENTO PÚBLICO** por **MILITANCIA** por **SIMPATIZANTES** , **AUTOFINANCIAMIENTO Y FINANCIAMIENTO POR RENDIMIENTOS**

Asimismo, en relación con el financiamiento público se crearon cinco conceptos: por **ACTIVIDAD ELECTORAL**, por **ACTIVIDADES GENERALES**, por **SUBROGACIÓN DEL ESTADO DE LAS CONTRIBUCIONES DE LOS LEGISLADORES** por **ACTIVIDADES ESPECÍFICAS** y para **DESARROLLO DE LOS PARTIDOS**.

Con base en dicha ley, el Estado otorgó a los partidos políticos para los años 1995, 96 y 97, más de 350 millones de pesos, que debieron haberse repartido entre los partidos de forma proporcional según la votación que hubieran recibido en el último proceso electoral federal (1994). A esta cantidad se agregó un 10 por ciento adicional que se debía otorgar por igual a todos los partidos políticos en el renglón denominado actividades generales, lo cual sumó 35.7 millones de pesos más.

La tercera modalidad de financiamiento llamada subrogación del estado de las contribuciones de los legisladores, en la que debía asignárseles una cantidad equivalente a 50 por ciento del monto anual del ingreso que por dietas, hubieran recibido el año anterior los diputados y senadores, esto significa que para los años 1995, 1996 y 1997 los partidos recibieron de manera proporcional al número de diputados y senadores con que cuentan, 34.1 millones de pesos.

A todos estos ingresos todavía se añadía el financiamiento público por actividades específicas que sumaba 15.4 millones de pesos por año, así como el financiamiento público para el desarrollo de los partidos que hubieran obtenido menos de 5 por ciento de la votación y que daba por año 10.7 millones de pesos. lo que resultaba en total, la nada despreciable suma de 644 millones de pesos, de los cuales el PRI por razones del número de votos y números de diputados, debía obtener más de la mitad.

Todo lo anterior, refleja una distribución desigual del financiamiento entre los partidos políticos que favorecía al PRI.

Sin embargo, en agosto de 1996, se llevó a cabo la reforma a la Constitución General de la República en materia electoral y un mes después, se aprobó la reforma al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) que contiene las disposiciones específicas a nivel federal y establece las nuevas reglas que regirán la contienda electoral de 1997 y la normatividad relativa al financiamiento a partidos, y campañas políticas; fue entonces cuando nuestra legislación recogió experiencias de otros países para legislar sobre el financiamiento de los partidos políticos.

La reforma estableció financiamiento público a los partidos políticos, limitación de los gastos electorales, y control de gastos e ingresos de los partidos. Se inclinó también por el principio de máxima participación del Estado y mínima participación privada, de manera que se fijaron límites a las aportaciones de personas físicas o morales no debiendo rebasar 10 por ciento del monto de financiamiento público para actividades ordinarias.

En relación con el financiamiento público, éste se divide en una parte igualitaria (30 por ciento) a todos los partidos y otra proporcional (70 por ciento) de acuerdo con el número de votos obtenidos en la elección inmediata anterior; asimismo, se otorga para gastos de campaña una cantidad igual al monto del financiamiento público que le corresponde a cada partido por actividad ordinaria en ese año, y se reintegra un porcentaje de los gastos que eroguen los partidos políticos por concepto de actividades relativas a la educación y divulgación.

Para determinar el monto total de los recursos, se mantienen 5 modalidades de financiamiento:

- 1) FINANCIAMIENTO PÚBLICO
- 2) FINANCIAMIENTO POR MILITANCIA
- 3) FINANCIAMIENTO POR LOS SIMPATIZANTES
- 4) AUTOFINANCIAMIENTO.
- 5) FINANCIAMIENTO POR RENDIMIENTOS FINANCIEROS, FONDOS Y FIDEICOMISOS.

Se establece que los partidos tendrán derecho al financiamiento público por los siguientes conceptos, según el nuevo sistema de partidos:

ACTIVIDADES ORDINARIAS PERMANENTES: Que resulta de llevar a cabo las siguientes operaciones.

El IFE determinará los costos mínimos de una campaña para diputados, una para senador y uno para presidente de los Estados Unidos Mexicanos. Dichos costos de campaña para diputado y senador, se multiplicarán por el número de diputados y senadores a elegir respectivamente, y lo que resulte por el número de partidos políticos con representación en las Cámaras del Congreso de la Unión, según corresponda, esto es, (por cuatro en la de diputados y por cuatro en la de senadores). sùmese a este par de resultados el valor de la campaña presidencial.

La suma que resulta de las operaciones señaladas constituye el financiamiento público anual a los partidos políticos por concepto de: Actividades Ordinarias Permanentes, que será distribuido entre los partidos con representación en las cámaras del Congreso de la Unión de la siguiente manera:

30 por ciento de forma igualitaria y 70 por ciento proporcionalmente según el porcentaje de la votación nacional emitida que hubiese obtenido cada partido político con representación en las cámaras del Congreso de la Unión en la elección de diputados inmediata anterior.

GASTOS DE CAMPAÑA.

Que se erogan en el año de la elección otorgándose a cada partido político, un monto equivalente al financiamiento público que para el sostenimiento de sus Actividades Ordinarias Permanentes, le corresponde en ese año.

ACTIVIDADES ESPECÍFICAS

Que se le otorga anualmente a cada partido político para actividades de educación, de capacitación política, investigación socioeconómica y política, así como para tareas editoriales.

Además de las disposiciones anteriores, se establecieron otras relativas a los partidos que no tienen representación en el Congreso de la Unión, pero que son sujetos a financiamiento por parte del Estado. En el Artículo Cuarto Transitorio, se establece que cada partido político que al término de cada proceso electoral federal de 1994, que haya conservado su registro y no cuente con representación en el Congreso de la Unión, tendrá derecho a que se le otorgue por concepto de financiamiento, a partir del primero de noviembre de 1996 y hasta la conclusión del proceso electoral de 1997, una cantidad equivalente a 2 por ciento del monto que se haya determinado a los partidos políticos para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes, así como una cantidad igual para gastos de campaña. Asimismo los partidos recibirán el financiamiento que le corresponda por sus actividades específicas como entidad de interés público en términos del artículo 49 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

2.3 ¿QUÉ PORCENTAJE OTORGÓ EL IFE A CADA UNO DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS QUE CONTENDIERON EN LAS ELECCIONES FEDERALES DE 1997?

En el artículo quinto transitorio del Código Federal de Instituciones pública y privadas (COFIPE) se estableció que cada partido político que hubiese obtenido su registro condicionado para participar en el proceso electoral federal de 1997, se le otorgaría por concepto de financiamiento, a partir del primero de noviembre de 1996, y hasta la conclusión del proceso electoral federal de 1997, una cantidad equivalente a uno por ciento del monto que se haya determinado a los partidos políticos para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes, así como, en 1997 una cantidad igual para gastos de campaña.

De acuerdo con lo anterior, el monto presupuestario a partidos políticos correspondiente a esta año, aprobado por el Consejo General del Instituto Federal Electoral el 23 de enero de 1997 es de 2 mil 111 millones 493 mil 862.23 pesos, el cual si lo contrastamos al otorgado por el IFE, para el trienio 1995-1997 que suma más de 644 millones de pesos, no se compara al que en este año, recibieron los partidos políticos.

Cabe destacar que este importante incremento se derivó, esencialmente de dos factores:

El incremento en el valor de los costos de campaña para diputado y senador y la aplicación de una formulación distinta a la empleada en 1994 para determinar el monto presupuestario del financiamiento público a lo cual debe sumarse una forma determinada de interpretar la ley por parte del IFE.

Teóricamente existen dos criterios que regulan el proceso de distribución del financiamiento público a partidos políticos.

- a) El criterio proporcional o fórmula de proporcionalidad
- b) El criterio de igualdad.

El primero supone la aplicación del principio de equidad (principio de justicia republicana) que significa *a cada quién según su capacidad*, que se mide por el número de votos conquistados por una fuerza partidista en una elección determinada por el número de escaños conseguidos. Es la aplicación de un trato equitativo entre quienes no son iguales.

El segundo principio, el de la igualdad, supone en esencia igualar a los contendientes quienes naturalmente son desiguales. Se les asigna a los partidos una cantidad igual del presupuesto público.

Las reformas al COFIPE de 1996, establece un sistema mixto o combinado de asignación de recursos, donde ambos principios tienen participación aunque con preponderancia del proporcional sobre el igualitario: 30 por ciento igualitario y 70 por ciento proporcional, cabe hacer aquí una aclaración: Para repartir este 70 por ciento de manera proporcional, entre los cuatro partidos, no se procedió a determinar el valor unitario del voto como en 1994, sino que se dividió de acuerdo con el porcentaje de los votos que cada fuerza tuvo en la elección de diputados de representación proporcional según la declaración de validez pública en el Diario Oficial de la Federación, del 31 de octubre de 1994.

El hecho de tomar como referencia a los diputados de representación proporcional se encuentra en el Acuerdo del Consejo del IFE, sobre financiamiento a partidos políticos para 1997, publicado el 31 de enero de 1997.

Los efectos de la aplicación de estos nuevos criterios, en la distribución del financiamiento se percibió como una distribución del financiamiento público relativamente más igualitaria entre las fuerzas partidistas en comparación con 1994. Como se apuntó anteriormente, para el trienio de 1995 a 1997 el PRI obtuvo para sí 52 por ciento del total. Ahora, bajo las nuevas disposiciones le corresponde 42.25 por ciento, es decir, 10 puntos porcentuales menos.

Para 1997 al PAN le tocó 24.97 por ciento y al PRD 18.53 por ciento. Las tres cantidades suman 85.75 por ciento, esto es, más de tres cuartas partes del total de financiamiento público concentrado en las tres fuerzas políticas más importantes.

El que el PRI haya recibido 10 puntos porcentuales menos significa a primera vista una distribución que en términos de igualdad benefició a los partidos chicos y dañó al PRI. No obstante es de suponer que el PRI aceptó tal distribución injusta a cambio de un incremento sustancial en números absolutos a todos los partidos, lo cual benefició, particularmente a este partido que cuenta con una estructura y capacidad para usar electoralmente tales recursos.

Para algunos comentaristas de la nueva ley, la discordia entre los partidos y el debate que hizo que fuera imposible aprobarla por unanimidad, fue la inclusión del artículo décimo transitorio que junto al nuevo artículo 49 del Cofipe permitió un cálculo anual que llevó a un incremento de 476 por ciento respecto al presupuesto de 1994. de este gran total el PRI recibió 42.24 por ciento; el PAN 25.19 por ciento; el PRD 18.79 por ciento; el PT 9.01 por ciento y todos los demás partidos 4.76 por ciento.

Las últimas dos consideraciones destacan en primer lugar, que con la nueva regla, el PRI recibió un porcentaje menor del total, lo cual conduce a un sistema más igualitario; sin embargo, se sacrificó el principio de equidad a tal punto que se dice que tener pocos votos es excelente negocio, puesto que si se compara el financiamiento que percibió cada partido se puede decir que el PRI recibió 61.64 pesos por cada uno de los votos que obtuvo en 1994 el PT dispuso entonces de 207.09 el PAN de 59.89 pesos por voto y el PRD de 69.22 pesos lo cual denota una ley más igualitaria pero inequitativa que favorece a los partidos con menor números votos.

A continuación se muestra el cuadro sobre el Financiamiento Público que publicó el Consejo General del Instituto Federal Electoral el 23 de enero de 1997.

CUADRO 1

FINANCIAMIENTO PÚBLICO A PARTIDOS POLÍTICOS EN 1997				
<i>PARTIDO</i>	<i>ACTIVIDADES ORDINARIAS PERMANENTES</i>	<i>GASTOS DE CAMPAÑA</i>	<i>ACTIVIDADES ESPECÍFICAS</i>	<i>TOTAL</i>
<i>PAN</i>	2 59'956,828.80	259'956,828.80	7'334,453.45	527'248,110.05
<i>PRI</i>	437'011,758.76	437'011,758.76	18'089,139.75	892'112,657.27
<i>PRD</i>	194'531,523.78	194'531,523.78	2'272,992.90	391'336,040.46
<i>PT</i>	92'994,946.66	92'994,946.66	3'947,624.70	189'937,518.02
<i>TOTAL</i>	984'495,058.00	984'495,058.00	31'644,210.80	2,000'634,326.80

Diario Oficial de la Federación del 31 de enero de 1997 en el que se publica el monto presupuestal aprobado por el Consejo General del IFE del 23 de enero del mismo año.

Aunque en México, el trámite para votar es totalmente gratuito en realidad los ciudadanos- contribuyentes, tuvieron que pagar por la vía de los impuestos la cantidad de 87 pesos con 86 centavos por emitir su voto. Dicha cantidad resulta de dividir 4 mil 667 millones 64 mil 14 pesos que integran el presupuesto anual del Instituto federal Electoral, entre poco más de 53 millones de personas registradas en el padrón electoral; el problema es que menos de la tercera parte de los votantes tiene ingresos gravables, lo que elevó el costo por voto a 311 pesos.

Para ejemplificar las cifras anteriores podemos destacar los siguientes puntos:

- El presupuesto para campañas y gastos de partidos para las elecciones federales de 1997, equivale al 43 por ciento de lo destinado este mismo año a combatir la pobreza en el Fondo de Desarrollo Municipal,
- Es 5.32 por ciento más alto que el de la Secretaría de Marina
- Triplica los fondos de la Secretaría de la Reforma Agraria y
- Duplica los fondos de la Procuraduría General de la República

El costo de estas elecciones no sólo es el más alto de la vida política mexicana sino que supera en mucho al precio promedio del sufragio en América Latina. Si se desglosa el presupuesto y se comparan únicamente los gastos de propaganda de los partidos políticos mexicanos con los de otros partidos del mundo, los gastos también lucen excesivos.

Aunque el presupuesto de la agencia de publicidad M&C Saatchi se mantiene en secreto, se estima que su cliente, el Partido Laborista de Inglaterra, les pago 15 millones de libras, alrededor de 19 millones de pesos, para sus gastos de propaganda. Esta cifra es casi idéntica al presupuesto para gastos de campaña del PRD, pero representa a penas el 44.62 por ciento del dinero que con el mismo propósito tiene el PRI. Andrew Grice, analista británico, dice que cualquiera que haya sido el resultado de las elecciones una "cosa es cierta, ha sido la más larga y la mas costosa que se haya visto en la política británica" si este es el caso, la política, en México, es mucho más costosa que en Europa, como se advierte en las estadísticas del Instituto Federal Electoral y otras fuentes.

El monto del presupuesto total del IFE se desglosa de la siguiente manera: 2 mil 111 millones 493 mil 682 pesos con 23 centavos fue destinado al financiamiento normal de los partidos y sus gastos de propaganda; 9 millones como ayuda para observadores electorales y el resto para gastos derivados de la elaboración y auditorías al padrón, honorarios de los funcionarios del IFE, y subsidio a las agrupaciones políticas nacionales.

Sin embargo, para conocer el costo de la democracia habría que sumar la inversión de las credenciales electorales, las dietas de los diputados y los ingresos de los senadores, así como los gastos normales de los ocho partidos políticos que, con o sin registro, participaron en esta contienda electoral.

El Instituto Federal Electoral, detalla que el monto del financiamiento público para el sostenimiento de las actividades ordinarias permanentes de los partidos políticos con representación de las Cámaras del Congreso de la unión, para 1997, fue de 984 millones 495 mil 058 pesos con dos centavos y una cantidad igual se asignó para los gastos de campaña del PRI , PAN, PRD y PT . Tenemos así, un subtotal de mil 958 millones 990 mil 116 pesos con cuatro centavos.

Es importante destacar que los cuatro partidos mencionados en el rubro de financiamiento por actividades específicas contaron con 31 millones 644 mil 210 pesos con 80 centavos, pero faltó sumar los gastos de los partidos que no cuentan con representación en el Congreso de la Unión como el Partido Comunista, y el Partido Verde Ecologista de México que suman poco más de

75 millones de pesos y además el financiamiento del Partido Popular Socialista y el Partido Demócrata Mexicano, ambos con registro condicionado que obtuvieron 17 millones 720 mil 911 pesos con 04 centavos. Cualquiera que sea la simpatía política, todos los ciudadanos acabamos pagando los gastos de los partidos y del proceso electoral, que suman 2 mil 111 millones 493 mil 682 pesos, gasto que dividido entre los 53 millones 118 mil 049 empadronados representa una erogación para cada uno de los empadronados de 39 pesos con 75 centavos, cabe destacar que en estas cifras no se consideran todos los gastos del IFE, únicamente los de los partidos con registro.

Dos de los partidos de oposición que estuvieron en contra de los altos gastos de campaña y encontraron caminos distintos para no parecer incongruentes a la hora de recibir los recursos. El PAN optó por la devolución de algunas cantidades, en tanto, que el PRD aprobó otros mecanismos. "Alrededor del 80 por ciento de los recursos del partido, van a ser utilizados en la campaña electoral, no vamos a usar ese dinero para crear aparatos burocrático, no vamos a utilizar ese dinero para automóviles particulares. Vamos a utilizar ese dinero en propaganda en medios, dijo Pablo Gómez, en su carácter de consejero perredista, al ser entrevistado por Ramses Ancira, del periódico El Universal.

Carlos Navarrete, secretario de Planeación del PRD, explicó por su parte, el propósito de destinar el 30 por ciento de los recursos del partido para gastos sociales "una parte se destinará a la apertura de oficinas para la atención de migrantes, otra a una fundación para viudas y huérfanos de militantes del PRD, y la más importante, unos 55 millones de pesos para la compra de libros de texto de secundaria que contribuyan al desarrollo educativo en los municipios donde gobierne el partido".

CAPÍTULO

III

ESTRATEGIAS DE IMAGEN

Las campañas proselitistas en busca de la gubernatura del Distrito Federal, que llevaron a cabo los candidatos del PRI, PAN y PRD durante varios meses, se caracterizaron por la importancia que cada uno de ellos imprimió a su imagen, hecho que sin duda fue parte importante de sus estrategias para allegarse votos.

Los comités de campaña, gastaron gran parte del financiamiento público que les otorgó el Instituto Federal Electoral, en resaltar las cualidades de sus contendientes en spots radiofónicos, televisivos y en carteles en vía pública.

En cuanto a los carteles que circularon en el Distrito Federal, se puede destacar que los candidatos mostraron una imagen que al parecer les fue impuesta, tal es el caso del candidato perredista, Cuauhtémoc Cárdenas, que dio la impresión de ser obligado a sonreír; mientras que la fotografía del aspirante priísta era demasiado estática, reflejaba tranquilidad y abstracción, en tanto que el panista, Carlos Carlos Castillo Peraza, se mostró más real, daba la impresión de fresca y espontaneidad a pesar que durante su campaña proselitista, Castillo Peraza fue calificado como una persona de mal carácter, por sus actitudes hacia los medios de comunicación.

A fin de precisar qué porcentajes emplearon los Comités de Campaña para resaltar la imagen de sus candidatos a la jefatura del Distrito Federal, en cuanto a la propaganda en vía pública, en spots radiofónicos y televisivos, la Academia Mexicana de Derechos Humanos del Distrito Federal decidió impulsar por primera vez en nuestro país una observación de gastos de campaña.

Tomando en cuenta que la población de la ciudad de México de 8 millones 600 mil habitantes que viven en mil 702 colonias, la Academia Mexicana de Derechos Humanos del Distrito Federal, decidió tomar como muestra solo 262 colonias, lo que representa un 15.4 del total del universo. Cabe destacar que el Partido Verde Ecologista tomó la decisión de restringir su propaganda en la vía pública, a los espectaculares, las bardas y las matas, por considerar que todas las otras modalidades contribuyen al deterioro ambiental de la ciudad de México.

Para mostrar la cantidad de carteles, mamparas, anuncios del metro, pintas en bardas, pasacalles y espectaculares, se exhibe el cuadro siguiente.

CUADRO 1
PROPAGANDA EN VÍA PÚBLICA Y LINEAS DEL METRO

VARIABLES	PRI	PAN	PRD	PT	PPS	PC	PDM	PVEM
CARTEL	2,385	25	2,313	29	415	43	20	0
MANTAS	258	176	97	14	0	13	25	1
MAMPARA	168	20	8	0	4	3	0	0
ANUNCIO DEL METRO	153	98	86	0	0	0	0	0
BARDAS	148	214	138	11	0	52	5	2
PASA CALLE	111	60	146	145	46	29	125	0
ESPECTACULARES	110	44	36	12	0	1	0	3

Academia Mexicana de Derechos Humanos. *Observación de gastos de campaña para jefe del Gobierno del Distrito Federal 1997*. pp19

En el cuadro anterior se refleja el total de unidades registradas por cada variable y por cada partido. Su evaluación permite determinar la presencia relativa de partidos y candidatos en la vía pública.

Aunque el impacto publicitario de las distintas variables es diverso, siendo muy difícil asignar prioridades de importancia, la AMDH decidió tomar como criterio el número total de unidades que asciende a 68 mil 865, del cual se derivan los porcentajes de la presencia relativa de cada partido en la vía pública. Es notable que el PRD apareció en primer lugar con 36.59 por ciento, seguido por el PRI, con 27.87 por ciento y en tercer lugar apareció el PAN con 10.55 por ciento.

El siguiente cuadro muestra el gasto aproximado por cada candidato a la jefatura del distrito federal para propaganda en vía pública.

CUADRO 2

GASTO ESTIMADO POR CANDIDATO A LA JEFATURA DE GOBIERNO DEL D.F. PROPAGANDA EN VÍA PÚBLICA

VARIABLES	PRI	PAN	PRD	PT	PPS	PC	PDM	PVEM
ANUNCIOS DEL METRO	\$612,000.00	\$392,000.00	\$344,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
ESPECTÁCULARES	\$440,000.00	\$176,000.00	\$144,000.00	\$48,000.00	\$0.00	\$4,000.00	\$0.00	\$12,000.00
MAMPARA	\$336,000.00	\$40,000.00	\$16,000.00	\$0.00	\$8,000.00	\$6,000.00	\$0.00	\$0.00
MANTAS	\$116,000.00	\$79,200.00	\$43,650.00	\$6,300.00	\$0.00	\$1,350.00	\$11,250.00	\$450.00
BARDAS	\$81,400.00	\$117,700.00	\$75,900.00	\$6,050.00	\$0.00	\$28,600.00	\$2,50.00	\$1,100.00
PASA CALLE	\$7,492.00	\$4,050.00	\$9,855.00	\$9,787.00	\$3,105.00	\$1,957.00	\$8,437.00	\$0.00
CARTEL	\$1,073.00	\$11.25	\$1,040.00	\$13.05	\$186.00	\$19.35	\$9.00	\$0.00

Consideradas las cotizaciones correspondientes a cada una de las 68 variables seleccionadas para pasar después a determinar el porcentaje en relación con el tope de campaña para la mencionada elección, tope fijado en la cantidad de 28 millones 556 mil 005.13 pesos.

En suma respecto a la propaganda en vía pública se puede concluir que existió una mayor equidad en la disponibilidad y uso de recursos que se tradujo, a su vez, en mayor equilibrio de los tres partidos en cuanto a su presencia o imagen pública y a la de sus candidatos a la jefatura del Gobierno del Distrito Federal.

Por otra parte, para precisar el costo aproximado de los gastos de los partidos en propaganda televisiva se presenta a continuación el informe donde se estima el costo de la propaganda electoral en Televisa y Televisión Azteca de los partidos políticos que participaron en el proceso electoral para elegir al jefe del Gobierno del Distrito Federal, el pasado 6 de julio de 1997, para realizar este estudio la Academia Mexicana de Derechos Humanos, diseñó un procedimiento que permitió conocer el número total de spots de partidos políticos presentes en la programación de las 7 de la mañana y hasta la media noche de los canales 2,4,5, y 9 de Televisa, y los canales 7 y 13 de Televisión Azteca, entre el 18 y el 25 de junio de 1997.

En este tiempo la AMDH detectó en seis canales de televisión, mil 095 spots de partidos políticos. Esto representa una situación radicalmente diferente al de las elecciones de 1994, que precisa que en este proceso electoral existió mayor equilibrio entre los tres principales partidos en contienda, destacando que el Partido de la Revolución Democrática fue el partido que tuvo una mayor cantidad de promocionales con 244 para el 22.3 por ciento del total de promocionales.

El Partido Revolucionario Institucional, sumó 232 spots, lo que representó el 21.2 por ciento y el Partido Acción Nacional sumó 220 spots, el 20.1 por ciento.

La Academia destaca que si los partidos políticos hubieran contratado estos spots con tarifas comerciales vigentes, el costo total desembolsado en propaganda proselitista en Televisa y Televisión Azteca hubiera sido de 200 millones de pesos, esta cifra no es exagerada si se toma en cuenta que el costo comercial de un spot de 30 segundos en horario triple A en los canales 2 y 5 de televisa cuesta 603 mil y 420 mil pesos respectivamente.

Sin embargo, existen factores que disminuyen tal costo, en primer lugar, el Instituto Federal Electoral adquirió promocionales para los partidos políticos. Además tales televisoras tienen planes de bonificación y descuento para atraer compradores con buenas condiciones. Entonces al realizar un ejercicio que tiene en cuenta tales factores, en hipotético caso, el costo mínimo sería de 48 millones 302 mil pesos.

Bajo cualquier escenario, y en relación con los costo de la otra publicidad, los partidos políticos durante mucho años han dedicado cantidades significativas de recursos a la promoción en la televisión comercial de sus campañas electorales.

En este marco, el PRI, habría desembolsado 12 millones 564 mil pesos; el PAN, 11 millones 318 mil pesos. Cabe destacar que los spots, se dividen entre aquellos en los cuales solamente aparece el candidato a jefe del Distrito Federal y en los que aparecen candidatos a otros puestos de elección, sin embargo, si nos

concentramos en los resultados del escenario menos costoso, en este caso, Cuauhtémoc Cárdenas del PRD, que gastó mayor cantidad de recursos con 4 millones 343 mil pesos, Alfredo del Mazo del PRI, empleó 3 millones 835 mil pesos, y sorpresivamente, según esta observación, Carlos Castillo Peraza no invirtió en promover su imagen.

Sin duda la cantidad de recursos que empleó el Comité de Campaña del Partido de la Revolución Democrática para impulsar la imagen de su candidato y darle mas presencia en los medios de comunicación fue benéfico pues durante las elecciones del 6 de julio, el partido recibió la confianza del electorado, lo que se tradujo en la victoria. Sin embargo, a pesar de que el Partido Revolucionario Institucional tuvo la misma o mayor posibilidad de explotar la imagen de su candidato al parecer según los datos que proporciona la Academia Mexicana de Derechos Humanos, no funcionó y su candidato Alfredo del Mazo no logró convencer a los capitalinos. Por su parte, el aspirante panista Carlos Castillo Peraza, como lo indica el informe no gastó en promover su imagen, aunado a su mal carácter que mostró durante el tiempo que duró su campaña ante los medios informativos, se reflejó claramente al momento que los capitalinos emitieron su voto pues el electorado se inclinó más por la sonrisa del candidato perredista Cuauhtémoc Cárdenas.

En tanto, el resto de los contendientes a la jefatura del Distrito Federal a pesar de que fueron beneficiados económicamente con la Reforma Electoral de 1996 el presupuesto no les alcanzó para ponerse a la altura del PRD, PRI, PAN, como claramente se puede comprobar en los cuadros mostrados anteriormente.

En el noticiario "Monitor" de Radio Red se transmitieron dos mesas redondas sobre las estrategias de imagen de los candidatos al Gobierno del Distrito Federal, éstas se realizaron el 22 de enero y el 12 de marzo de 1997.

Por la importancia que para esta investigación constituyen se transcriben completas.

MESA REDONDA DEL PROGRAMA "MONITOR " DE RADIO RED 22 DE ENERO DE 1997.

Conductor : JOSÉ GUTIERREZ VIVÓ

Participantes: FÁTIMA FERNÁNDEZ CHRISTLIEB.

Lic en Comunicación.

Maestra en Sociología

Investigadora y profesora de tiempo completo en la

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM

MAESTRO ARTURO SÁNCHEZ GUTIÉRREZ.

Director Ejecutivo de propaganda y partidos políticos del IFE

VÍCTOR GORDOA.

Consultor en Imagen Pública.

Primer mexicano reconocido oficialmente en Estados Unidos por
la Association of Image Consultant International.

Director general de consultoría en imagen pública.

JOSÉ GUTIÉRREZ VIVÓ.

¿Qué es concretamente lo que se está acordando en el IFE en materia de difusión de los mensajes de los partidos políticos en los medios electrónicos?

ARTURO SÁNCHEZ GUTIÉRREZ.

Hay que tener claro que la ley establece lo que serán las prerrogativas, que son los derechos que tienen los Partidos Políticos, es decir, financiamiento, medios, etc. El auditorio sabrá que semanalmente hay un tiempo destinado a los Partidos Políticos, que es fijo y que lo discuten ellos mismos.

Ahora bien, en época de elecciones las cosas funcionan un poco diferente, pues se les da un tiempo complementario, 100 horas más, cuando son para Diputados y 125 horas más en radio. Estos son tiempos complementarios del Estado que utilizan los partidos y se reparten entre ellos según votaciones.

Además el IFE durante el periodo electoral compra a los medios de comunicación hasta 10 mil spots en radio y 400 spots de televisión, para lo cual el IFE tiene una cantidad destinado a ello.

Aquí los partidos llegan a hacer uso de esos espacios. Se trata de que los partidos cumplan con el mandato de dar a conocer sus plataformas.

Y al final independientemente de los tiempos con los que ya cuentan los partidos, un partido determinado con el presupuesto que tiene puede ir en busca de la compra de su propio tiempo. Esto quiere decir que hay una puerta abierta pues existe una oferta y demanda para la venta de espacios.

JOSÉ GUTIÉRREZ VIVÓ.

¿En la experiencia de los años anteriores cómo se han comunicado los partidos políticos en los medios electrónicos ?

FÁTIMA FERNÁNDEZ.

Yo creo que mal. Hay que hacer una breve historia. En 1963 las entonces 455 estaciones de radio y televisión en conjunto, se afiliaron en masa al PRI a través de la CNOP. En 1968, empezó haber reclamos por parte de Acción nacional, porque en tres entidades se había solicitado entrada en tiempos de elecciones sobre todo a radio, fue en Baja California, Michoacán y Chihuahua.

En 1973, por primera vez se incorpora la ley electoral, después viene la reforma política de 1977 con la modificación al artículo sexto, y de ahí en adelante la historia que hoy conocemos.

¿Por qué mal? Primero porque fue un jaloneo terrible con el estado para que hubiera tiempos, y después cuando los hubo, hay modificaciones. A partir del año pasado, por ejemplo en el diario Oficial de la Federación del 22 de noviembre de 1996, en el artículo 96 se dice que será dentro de los tiempos de mayor auditorio, que me parece bastante polémico.

La experiencia reciente, hasta las federales de 1994, me parece que han sido un buen intento, hay una mejoría en la producción, mejoría paulatina de mensaje, pero mal sumada.

A mi me preocupa que por ejemplo este programa como "monitor" que es muy escuchado, entren los spots; pero si están mal producidos la gente le va a cambiar. En el caso de la televisión están aún más fatales.

JOSÉ GUTIÉRREZ VIVÓ

Yo no entiendo por qué los partidos deciden ocupar por la vía del mandato espacios que no son, sino del auditorio.

FÁTIMA FERNÁNDEZ.

Primero cuestionaria que significan los partidos políticos, son representativos de la sociedad y por otro lado, en este país la ley de radio y televisión de 1960, así lo ha permitido.

ARTURO SÁNCHEZ.

Hay dos cosas, el artículo 46 dice que tendrán preferencia en el tiempo estatal de radio y televisión, el hecho es que el Estado tiene sus tiempos reservados para los partidos . Ahora bien, si hay tiempos del Estado y en esos tiempos lo que se busca es que los partidos tengan espacios abiertos.

Sin embargo, yo he comentado que lo se debiera hacer es que los medios se pelearan por lo tiempos de los partidos políticos, porque así se incrementaría la producción y los contenidos de sus mensajes.

VÍCTOR GORDOA

Yo creo que no podríamos concebir la política moderna sin los medios de comunicación, sin embargo, existe el espacio, el dinero, pero dónde está la calidad del producto. Dónde esta el recurso, la imaginación, la capacidad de estos políticos para despertar interés en el público. Imagen es percepción, ésta percepción se logra a base de estímulos, dentro de este proceso yo veo la problemática de que los partidos están más preocupados en tirarse entre sí, que en crear estímulos para la población. Hay casos en que la población no analiza los contenidos , la gente vota por lo que siente y no por lo que piensa.

Este es el proceso de la imagen, es decir el 83 por ciento de nuestras decisiones las hacemos por los ojos, nuestro cerebro decide en segundos y el proceso de decisión está basado en sentimientos, no en pensamientos. Por eso es que yo creo que está mal producido el mensaje de los partidos políticos, es tanto, que no dicen nada, están más preocupados por el rival que por los votantes.

JOSÉ GUTIÉRREZ VIVÓ

Es triste porque después del presupuesto del IFE a cada partido y tanta propaganda convierte en que el voto es por lo que se siente.

VÍCTOR GORDOA.

Esto se ha venido derivando de la poca importancia que se le ha dado a nuestro país el manejo correcto de todos los estímulos que manejan la imagen. Además imagen es comunicación.

Estudios científicos nos dicen que en la efectividad de transmisión del mensaje, el 55 por ciento depende de la comunicación no verbal, el 38 por ciento, depende del medio y solamente el 7 por ciento es el mensaje.

FÁTIMA FERNÁNDEZ.

En lo que ha dicho Víctor hay muchas cuestiones que obedecen a cambios que están pasando, hay una saturación de tiempos en los medios.

ARTURO SÁNCHEZ.

Las elecciones se ganan en los medios pero aún se carga con rezagos en los mismos medios, por decir algo, el trato que se le da a los partidos y por eso es que se siguen conteniendo esos tiempos.

JOSÉ GUTIÉRREZ VIVÓ

¿Se ha hecho un estudio sobre lo que los mexicanos quisieran escuchar de sus candidatos?

VÍCTOR GORDOA.

A veces se encuentra una incongruencia, la gente está muy sensible en lo que se refiere a bolsa y a su casa, le interesa que nadie se meta a su casa a robarle, que no atente contra sus bienes y su persona en la calle y desde luego, tener algo de dinero en la bolsa. Es decir las prioridades de la población es seguridad pública en primer lugar , y segundo el aspecto económico.

Los candidatos nos abundan de tanta información al respecto, que preferimos desconectarnos de lo que dicen , que seguir otorgando la atención a algo que no entendemos.

JOSÉ GUTIÉRREZ VIVÓ

¿Aquellos que sí quisieran hacerlos bien, es decir, transmitir el mensaje adecuado que deben hacer?

VÍCTOR GORDOA.

Primero hay que determinar qué queremos decir, de forma unimodal, es decir, transmitir un sólo mensaje, el mensaje simple que sólo atañe a nuestra necesidad.

Si se logra establecer un vínculo emocional y aparte logras convencer qué vas a satisfacer, ya lograste tu objetivo.

FÁTIMA FERNÁNDEZ

Yo contestaría la misma pregunta. Primero, ante tal cantidad de tiempo que se les ofrece, los partidos deben renunciar aquellos tiempos que no puedan cubrir. No querer ser protagónicos porque se puede revertir.

Segundo, sensibilidad con lo que están diciendo, 63 por ciento de la gente prefiere a un partido que modifique programas de acuerdo a sus votantes, 28 por ciento se inclina por un partido que siempre sigue los mismos ideales. Es decir los partidos deben probar su capacidad de producción y en consecuencia, aprovechar los tiempos en los medios.

JOSÉ GUTIÉRREZ VIVÓ

¿Qué es lo que los partidos deben buscar en sus candidatos, en la persona en la que van a votar?

VÍCTOR GORDOA

Confianza: Lograr provocar la confianza, porque a través de la confianza vendrá el otorgamiento de la credibilidad.

Identificación: Yo te conozco, sé lo que quieres y creo que yo te lo voy a dar.

JOSÉ GUTIÉRREZ VIVÓ.

¿Cómo podemos, como votantes creer en un mensaje hecho por expertos, pero en el fondo no era la persona?

VÍCTOR GORDOA

Dijiste la palabra correcta, fondo, el secreto está en poner en perfecta concordancia, armonía, fondo y forma; hay que analizar el fondo y de la misma manera la forma.

ARTURO SÁNCHEZ.

1997 nos va a dar la oportunidad de cómo analizar tanto los partidos como los ciudadanos.

FÁTIMA FERNÁNDEZ

Debemos tener el termómetro puesto en la sociedad.

VÍCTOR GORDOA.

Pensar más en la necesidad del votante; establecer un mensaje único; utilizar códigos de comunicación más simple, sensibilidad para cuidar las formas.

ARTURO SÁNCHEZ.

Hay un marco legal como nunca había existido para que los partidos tengan acceso a los medios de comunicación. Hay autoridades en el IFE, que están buscando aplicar la ley para que los partidos tengan este tipo de beneficios y prerrogativas.

Hay una responsabilidad de los partidos para comunicarse mejor. Y una responsabilidad de los medios para permitir esta apertura.

MESA REDONDA DEL PROGRAMA "MONITOR" DE RADIO RED**12 DE MARZO DE 1997****Conductor: JOSÉ GUTIÉRREZ VIVÓ****Participantes: DENISE DRESSER: Profesora de Ciencias Políticas en el ITAM.****VÍCTOR GORDOA: Consultor en imagen pública.****ALFONSO ZÁRATE: Sociólogo y político.****Tema: ESTRATEGIAS DE IMAGEN DE LOS CANDIDATOS EN CAMPAÑA.****DENISE DRESSER**

La primera participación de Cuauhtémoc Cárdenas en un debate político ha madurado, ésta madurez la demuestra en los medios de comunicación, pues ha aprendido nuevas técnicas por ejemplo, en el debate que sostuvo con Diego Fernández de Cevallos, el vencedor fue Cuauhtémoc Cárdenas. Además en este momento tiene más acceso a los medios. Sin embargo, en ciertos sectores de la sociedad se cree un candidato perdedor en su tercera ronda y no logra ganar. O bien, se tienen visiones como que llegando al poder venga la debacle, siendo que esta debacle se originó sin la presencia de Cárdenas en el poder durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari.

JOSÉ GUTIÉRREZ VIVÓ

¿Cuáles son los sectores de la población que han colocado a Cuauhtémoc Cárdenas en los primeros lugares de las estadísticas ?

DENISE DRESSER.

Las clases medias, medias bajas sobre todo los que han sufrido los embates de las crisis.

JOSÉ GUTIÉRREZ VIVÓ.

¿Qué refleja Cuauhtémoc Cárdenas en estas semanas de campaña?

VÍCTOR GORDOA.

Para llevar una imagen se requiere de una metodología, no es a lo que uno sienta o los caprichos de la moda, se piensa que hacer imagen es sólo hacer la envoltura y no es así.

Hacer imagen de un candidato requiere de una metodología que contiene:

- Investigación (Auditoría de imagen)
- Diseño (Diagnóstico y estrategia de imagen)
- Producción (Creación de estímulos necesarios)

Estos estímulos son los antídotos para cubrir lo que el candidato por sí solo, no puede satisfacer en su persona, sin embargo, existe un detalle importantísimo, debe respetarse 100 por ciento la esencia del personaje, tiene que haber una evaluación hacia dentro.

Un consultor en imagen debe percibir lo anterior para no crear cambios sin convicción que finalmente llega a percibir la gente, dándose cuenta que el resultado es un personaje adulterado. Además de respetar la esencia, se deben introducir muchos estímulos, por eso se le llama ingeniería de imagen pública; es decir, lo que va a sostener la imagen del candidato son los estímulos. estos pueden ser de:

- Imagen personal
- Imagen visual.
- Imagen verbal.
- Imagen ambiental.
- Imagen constitucional.

Con este antecedente podemos evaluar que la imagen de Cuauhtémoc Cárdenas, está contando con la aceptación que le otorga la revancha.

Sin embargo, existen temores con respecto a la figura de Cuauhtémoc Cárdenas, no inspira al cien por ciento estabilidad social, entonces esta corriendo el riesgo de que la gente al momento de marcar la boleta tenga miedo y se decida por otro candidato.

DENISE DRESSER

Este temor hacia Cuauhtémoc Cárdenas está construido sobre todo por Carlos Salinas de Gortari, en la medida que se asocia a Cárdenas como personaje de violencia, de marchas, de manifestaciones.

ALFONSO ZÁRATE.

Justamente la imagen pública del PRD tiene mucho que ver con su práctica política, es decir, por ejemplo el PAN, impugna a través de instancias y organismos extranjeros, pues han notado que éste es un gobierno vulnerable a las presiones que provienen del extranjero, el PRD por su lado, impugna hacia dentro, opta por las marchas y las manifestaciones.

Sin embargo, en relación a lo dicho por Víctor Gordo, yo creo que el estudio de la imagen pública va mas hacia atrás del candidato dado. Desde el punto de vista de un sociólogo hay que tomar en cuenta una serie de componentes antes de decidir por un candidato, es decir, no debe ser el candidato el producto de grupos de interés, del gran dedo de sectores.

Al contrario, lo primero que se debe tomar en cuenta es:

La naturaleza del proyecto político que se quiere impulsar

¿Cuál ha sido la gestión que está concluyendo?

¿Cuál es el tipo de plataforma y candidato más recomendable?

¿En que contexto políticos tomará la decisión ?

¿Cuál es la naturaleza de los retos del candidato y cuál es el hombre que tiene las cualidades para resolver estos retos?

Y hasta entonces cuáles son las variables de los candidatos.

Esto quiere decir, que hay que ir más allá del curriculum; hay que conocer cuál es su preparación y su presencia y analizar sobre todo cuales son sus redes de aliados y antagonistas, esto con otros funcionarios.

¿Cuál es su equipo de trabajo? Muchas veces esa es su imagen y la importancia del perfil de la familia, antes no se ponía atención sobre esto, pero ahora conocemos la presencia del hermano incómodo, del padre abusivo, etc.

JOSÉ GUTIÉRREZ VIVÓ.

¿ Y se habrá hecho todo esto antes? No, se está acudiendo a un reto con un grado de improvisación elevado, no hay cimientos para construir un plan y convencer que son los mejores.

JOSÉ GUTIÉRREZ VIVÓ

Concretamente qué dice la imagen de Cuauhtémoc Cárdenas.

VÍCTOR GORDOA.

Cárdenas no convence, su rostro no hace clic entre los jóvenes.

DENISE DRESSER

El voto de la gente no es aislado, también se deben tomar en cuenta las otras opciones en relación al candidato.

JOSÉ GUTIÉRREZ VIVÓ

¿Cómo perciben a Carlos Castillo Peraza?

DENISE DRESSER

Es un hombre claramente inteligente, un intelectual de gran peso que convence con la palabra. Sin embargo, el problema de Carlos Castillo Peraza es el PAN pues no hay proposición en su discurso.

VÍCTOR GORDOA

Es muy buena marca pero el producto no es el ideal. El PAN está dogmatizado como la autoridad moral, la gente que vota por el PAN es la que ya no quiere votar por el PRI.

ALFONSO ZÁRATE.

La marca tiene prestigio pero el producto no lo tiene, Castillo Peraza, es poco respetuoso de lo que digan los otros. El PAN ha manejado el cambio suave, Castillo Peraza se monta en la descalificación del PRI, y del PRD, más que proponer beneficia a sus contrincantes.

VÍCTOR GORDOA.

No se puede proponer una campaña alegre con la imagen de un hombre como Carlos Castillo Peraza, chocan cognoscitivamente.

JOSÉ GUTIÉRREZ VIVÓ

¿Qué ofrece Alfredo del Mazo?

DENISE DRESSER

Tiene poco sino es que nada que ofrecer, está sentado en el hecho de que es un buen burócrata, sin embargo, está la incómoda posición de que cualquier declaración también beneficia a sus contrincantes.

VÍCTOR GORDOA.

Tiene un atractivo visual que impacta a mucha gente, el 83 por ciento es emocional, el proceso de la imagen, Sin embargo, su apariencia es antigua, su discurso, su vestido, su tono es viejo; si se manejaran más los estímulos tendría mucho que ganar. El PRI abre su discurso reconociendo lo que es real, si del Mazo se modernizara le ayudaría bastante.

ALFONSO ZÁRATE.

Una cosa muy importante serán las biografías, tanto del candidato como del partido, por ejemplo, cómo fue gobernador del estado de México, Sin embargo, se ha visto que del Mazo se altera fácilmente pues se nota que no conoce la problemática del Distrito Federal.

JOSÉ GUTIÉRREZ VIVÓ

Pasemos a la recta final de esta mesa.

VÍCTOR GORDOA

Los yackets no le dan una sonrisa adecuada a Alfredo del Mazo y esto desde luego es un estímulo contraproducente.

DENISE DRESSER

Aquí estamos viendo la forma con la imagen del candidato pero no hay que olvidar algo tan importante como lo es el fondo.

VÍCTOR GORDOA.

Yo creo que en los tres candidatos hay una gran diferencia y distancia entre el fondo y la forma.

ALFONSO ZÁRATE.

Cierto, aunque sólo analizamos a tres candidatos de los ocho, existentes, mas allá de la forma hay que tomar muy en cuenta el fondo.

En conclusión se puede apreciar que los partidos políticos dedicaron especial atención a la formación de la imagen pública de sus respectivos candidatos al gobierno de la Ciudad de México. De hecho se habría comprobado la eficacia del uso adecuado de tal elemento en la propaganda política.

A través de la investigación, se constató que el Partido de la Revolución Democrática (PRD), quien gastó más en la consecución de ese objetivo, finalmente logró el triunfo con Cárdenas en los comicios del 6 de julio.

Asimismo, se comprobó que la integración de su imagen eficiente está en función directa con la valoración de la personalidad del candidato. Una falta en esa interconexión provocó rechazo entre los electores como sucedió con Carlos Castillo Peraza del Partido Acción Nacional (PAN), la proyección hecha en las fotografías de los desplegados, por ejemplo no coincidían con los elementos de su personalidad.

Por otra parte, el candidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI) Alfredo del Mazo González perdió la elección pese al manejo de su imagen pública. Este hecho demuestra que el sentido del sufragio ciudadano tiene relación no sólo la imagen sino con los otros elementos de la campaña, como el discurso.

En general la imagen propagandística no es determinante por sí sola para guiar el voto, sino que debe estar en concordancia con un proyecto político-electoral integral.

CAPÍTULO

IV

PROYECTO DE SERIE RADIOFÓNICA

“EL PRECIO DE LA DEMOCRACIA”

NOMBRE DE LA SERIE:

Elecciones 1997

LEMA DE LA SERIE:

Le daremos a conocer algo nuevo ¡De lo que nadie antes le
había hablado!

NOMBRE DEL PROGRAMA:

El precio de la democracia

TEMA:

Financiamiento y Estrategias de Imagen de los Candidatos al
Gobierno del Distrito Federal.

JUSTIFICACIÓN:

“Elecciones 1997” es una serie radiofónica en la que el auditorio podrá conocer todo lo relacionado a las estrategias de campañas que emplearon los Partidos Políticos para allegarse votos el 6 de julio de 1997, donde se presentará de manera general, la forma en que los distintos candidatos organizan su campaña y manejan su imagen pública, así como la forma en que son aplicados los recursos que el Instituto Federal Electoral les otorga para subvencionar su tarea proselitista, hecho que podría atraer la atención del auditorio, pues la mayoría de los programas que se refieren a este tema giran en torno a mostrar parcialmente la plataforma política de los partidos, y resaltar las promesas de los candidatos, pero pocas veces se muestra lo que existe “tras bambalinas” que sería el objetivo principal de esta serie

En “Elecciones 1997” se presentarán una serie de reportajes, entrevistas y cápsulas con la finalidad de evitar que el público radioescucha se aburra y tome al programa como uno más que habla de partidos políticos.

Se propone iniciar la serie con el tema de “Financiamiento y Estrategias de imagen de los candidatos al Gobierno del Distrito Federal”, por considerarlo atrayente, ya que como el título lo precisa, se hablará sobre la imagen y el dinero que se gastan los partidos políticos en promocionarse, hecho que sin duda a la mayoría de las personas en edad de votar puede interesarles para conocer realmente las estrategias que emplean los comités de campaña para moldear a los candidatos según sus intereses. Otro punto que a los radioescuchas les sería de interés, es el conocer realmente en que son destinados los recursos que el IFE les otorga, puesto que ese dinero podría ser destinado en beneficio de la sociedad en general.

OBJETIVOS:

GENERAL.

Presentar una serie radiofónica en la que se de a conocer al auditorio todo lo referente a la organización de las campañas proselitistas de los candidatos que contendieron por la Jefatura del Gobierno del Distrito Federal el 06 de julio de 1997.

PARTICULARES.

1. Dar a conocer al auditorio las estrategias que emplearon los comités de campaña de los Partidos Políticos para impulsar la imagen de sus candidatos al Gobierno del Distrito Federal, a fin de allegarse votos para las elecciones federales del 6 de julio de 1997.
2. Señalar la forma en que los Partidos Político distribuyen el presupuesto que les otorga el Instituto Federal Electoral.
3. Precisar si fue determinante el presupuesto que les otorgó el Instituto Federal Electoral a los Partidos Políticos para implementar estrategias que les hiciera allegarse votos.

PÚBLICO META:

Por tratarse esta serie específicamente de las elecciones federales del 6 de julio de 1997, donde fue electo por primera vez de manera democrática al jefe del Gobierno del Distrito Federal, el público al que estará dirigido será para personas mayores de 18 años, sin descartar por supuesto a menores de edad interesados en este tema por cuestiones escolares.

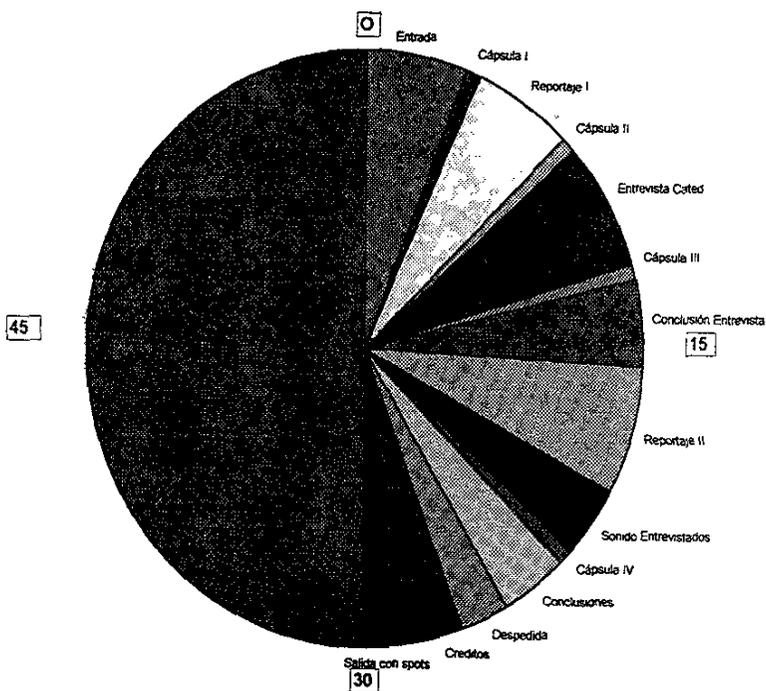
En cuanto al nivel socioeconómico no hay limitantes considerando que todas las personas en edad de votar cuentan con el derecho de sufragar sin importar su condición social, sexo o religión.

ESTRUCTURA:

Para evitar caer en el aburrimiento y la monotonía, la serie "Elecciones 1997" contará con una estructura variada y esto dependerá del tema, y de la creatividad de producción. En algunos casos, como el primero, se contará con reportajes grabados, cápsulas y entrevistas, pero en otros, la estructura podría cambiar, y ser totalmente en vivo, considerando siempre el género reportaje .

TP	BLOQUE O SECCIÓN	TEMA	TT
1' 40"	S P O T S	IMAGEN PARTIDOS POLÍTICOS	1'40"
50"	INTRODUCCIÓN	INVITACIÓN AL PROGRAMA	2'30"
30"	CÁPSULA I	ANTECEDENTES DE LOS P.P	3'00"
47"	INTRODUCCIÓN REPOR I	TIEMPOS DE ESTADO IFE	3'47"
3' 35"	DESARROLLO REPORT. I	TIEMPOS DE ESTADO IFE	7'22"
49"	COMENTARIO SOBRE REPORT. I	TIEMPOS DE ESTADO IFE	8'11"
31"	CAPSULA II	SURGIMIENTO DE LOS P.P	8'42"
3' 22"	ENTREVISTA CATEDRÁTICO	REGIMEN FINANCIERO P.P	12'04"
30"	CÁPSULA III	CREACIÓN PNR	12'34"
2' 18"	CONCLUSION ENTREV. CATED	REGIMEN FINANCIERO	14'52"
3' 00"	DESARROLLO REPORT. II	COSTO DEL VOTO	17'52"
2' 00"	INTRODUCCIÓN	IMAGEN	20'07"
4' 32"	PARTICIPACIÓN ENTREVISTADOS	IMAGEN	24'42"
45"	CAPSULA IV	P R D	25'27"
1' 45"	CONCLUSIONES	EL PRECIO DE LA DEMOCRACIA	27'12"
32"	CÁPSULA V	P A N	27'44"
20"	DESPEDIDA	EL PRECIO DE LA DEMOCRACIA	28'04"
1' 00"	CREDITOS PARTICIPANTES	EL PRECIO DE LA DEMOCRACIA	29.04"
56"	SALIDA CON SPOTS	IMAGEN PARTIDOS POLÍTICOS	30'00"

RELOJ DE PRODUCCIÓN



RECURSOS HUMANOS:

Un investigador:	Gloria Chávez Martínez
Un guionista:	Gloria Chávez Martínez
Un productor:	Gloria Chávez Martínez
Un musicalizador:	Gloria Chávez Martínez
Un asistente:	Juan José Solís Delgado.
Dos operadores de audio	Medardo de la Cruz y Ernesto Cano
Tres locutores:	Martín Morales Laura Pérez Cervantes Armando Celado
Dos Reporteras:	Yolanda Mercado Yolanda del Campo

REQUERIMIENTOS MATERIALES:

EQUIPO ELECTRÓNICO.

Cabina de grabación.

Consola de 16 canales

Amplificador

Equalizador

Reproductor de Cd.

Sistema de tall back

Grabadora de carrete

Audifónos

Cintas de grabación

Cartuchos.

Cabina de locución.

3 Micrófonos

una mesa

3 asientos

Papelería

Hojas blancas

Copias

Bolígrafos

Marca textos

Corrector

Cuadernos

Plumas

Lápices

Gomas

Otros

Computadora

Máquina de escribir

Discos para Computadora

Grabadora portatil

ANTECEDENTES

En la programación de la radio mexicana, hasta a hora no existe una serie que base su emisión en todo lo que existe detrás de una campaña política, la mayoría de los programas que hablan de Partidos Políticos pertenecen a los noticieros que incluyen dentro de su horario invitados de la política para que hablen sobre la campaña proselitista que se está llevando a cabo, incluso en algunos casos invitan a los propios candidatos para que den a conocer sus propuestas y plataformas, donde por supuesto, el candidato invitado sólo dará a conocer lo mejor de su partido y resaltará sus cualidades, pero nunca informará sobre todo el dinero que está gastando precisamente en resaltar esas cualidades, Objetivo que la serie de "Elecciones 1997 " persigue...

Sin embargo, cabe destacar que el 22 de enero y el 12 de marzo de 1997, el noticiero "Monitor de la mañana" que conduce José Gutiérrez Vivó, transmitió dos mesas redondas donde sus invitados hablaron sobre los tiempos que otorga el Estado a los Partidos Políticos en los medios de Comunicación y sobre la imagen pública que presentaban los candidatos a la jefatura del Distrito Federal.

GÉNERO RADIOFÓNICO

En este primer programa sobre Financiamiento y Estrategias de Imagen de los Candidatos al Gobierno del Distrito Federal titulado "El precio de la democracia" se utilizará el género de Radio Reportaje, por considerarlo el instrumento más completo e impactante del periodismo y la forma más idónea y completa para informar al auditorio sobre un tema extenso.

MODALIDAD DE PRODUCCIÓN:

La serie de "Elecciones 1997" contempla una modalidad variada de producción. Algunas veces y de acuerdo al tema, el programa será previamente grabado, toda vez que los reportajes y las cápsulas que contempla el formato, necesitarán de una producción previa y sobre todo de tiempo para su investigación y realización, sin embargo, en algún otro caso, el programa podría ser transmitido en vivo, con invitados especialistas en el tema y teléfonos abiertos, para conocer las inquietudes del radioescucha y poder mejorar la serie.

TEMPORALIDAD

La permanencia de la serie tiene contemplada la emisión de 10 programas, uno cada semana durante dos meses y medio, tiempo de prueba suficiente para evaluar la aceptación o rechazo del público.

Se propone la emisión de cada ocho días, tiempo suficiente para investigar el tema, ordenar la información, realizar el guión y preproducirlo, así como para dar tiempo al radioescucha para que reflexione y asimile el tema tratado, de esta manera se despertará el interés para la próxima emisión y se evitará saturar de información al auditorio.

La serie se transmitirá todos los viernes de 7:30 a 8: 00 de la mañana por considerar que es un horario, donde la mayor parte de los capitalinos escuchan noticias ya sea en el trayecto a sus trabajos o mientras preparan a sus hijos para llevarlos a la escuela.

CAPÍTULO

V

GUIÓN TÉCNICO

“EL PRECIO DE LA DEMOCRACIA”

DATOS TÉCNICOS DEL PROGRAMA

Nombre de la serie: Elecciones 1997
Nombre del programa: El precio de la democracia
Emisión: Primero de diez
Fecha de Grabación: 08 Noviembre de 1997
Fecha de transmisión:
Duración: 30 minutos.
Guión, Producción y Musicalización: Gloria Chávez

PARTICIPANTES.

Locutor 1: Martín Morales

Locutor 2: Armando Celado.

Cápsulas : Laura Pérez Cervantes

Reporteras: Yolanda Mercado
Yolanda del Campo

Catedrático: Héctor Cruz Avendaño.

Operación Técnica: Medardo de la Cruz y Ernesto Cano.

Las entrevistas a *Victor Gordo*, consultor en imagen pública, a *Denise Dresser*, profesora de Ciencias Políticas en el ITAM y al Sociólogo *Alfonso Zarate*, fueron tomadas de una mesa redonda que se transmitió el 12 de marzo de 1997, en XE-RED, 1110 de AM, durante el noticiero "Monitor de la mañana" que conduce José Gutiérrez Vivó.

DISCOGRAFÍA.

- 1.- CD. 1 DEAD LETTER OFFICE. TRACK 6 R. E. M
- 2.- CD. 2 UB 44 . DEP . TRACK 5. THE PIPER CALLS THE TUNE.
- 3.- CD. 3 I DO NOT WANT WHAT I HAVEN'T GOT. TRACK 4. SINEAD O'CONNORS.
- 4.- CD. 4 TRAVELLING WITHOUTH MOVING RACK 1. JAMIROQUAI.
- 5.- CD. 5 DISCO REMX ALBUM TRACK 2 HE SHOP BOYS.

SERIE: Elecciones 1997 FECHA DE GRABACIÓN: 08-nov-1997
 TÍTULO : El precio de la democracia GUIÓN DE: Gloria Chávez Martínez
 PROGRAMA No: 1 PRODUCCIÓN: Gloria Chávez Martínez
 MEDIO : Radio OPERADORES: Ernesto Cano y Medardo
 FORMATO: Reportaje de la Cruz
 CONDUCTOR: Martín Morales

1 OP . APERTURA DE SPOTS DE LAS CAMPAÑAS POLÍTICAS DE
 2 LOS CANDIDATOS AL GOBIERNO DEL DISTRITO
 3 FEDERAL. (COLLAGE) 1'40''

4 LOC.1 (SERIO) ¿Tiene usted conocimiento de cuánto dinero emplearon los
 5 comités de campaña de los partidos políticos para realizar y difundir
 6 estos spots que acaba de escuchar ?
 7

8 OP . APERTURA MUSICAL A FONDO. DEAD LETTER OFFICE .
 9 R.E.M TRAC 6. WITH TORNADO.

10 LOC. 1 En este reportaje va a conocer los pormenores de las cantidades que
 11 gastaron los partidos políticos para difundir sus propuestas y con ello
 12 convencer a los capitalinos de votar por ellos. (PAUSA)
 13

14 OP . SUBE MÚSICA, BAJA Y SE MANTIENE DE FONDO
 15

16 LOC. 1 Como ya es característico de este programa ¡Le daremos a conocer
 17 algo nuevo! (EFUSIVO) De lo que nadie antes le había hablado.
 18 Mi nombre es Martín Morales, le doy la más cordial bienvenida y lo
 19 invito para que continúe con nosotros.

1 OP _____ . SUBE MÚSICA, BAJA Y DESAPARECE. SE LIGA CON
 2 CÁPSULA I. APERTURA MUSICAL . I DO NOT WANT WHAT.
 3 I HAVEN'T GOT. TRACK 4. THE EMPEROR'S NEW
 4 CLOTHES.

5 **VOCES** QUE SE MANTIENE DE FONDO
 6 PARTIDOS POLÍTICOS

7

8 **LAURA** En México, según la Carta Magna, los Partidos Políticos son entidades
 9 de interés público que tienen como fin promover la participación del
 10 pueblo en la vida democrática nacional.

11

12 Como organizaciones, los partidos políticos, hacen posible el acceso de
 13 los ciudadanos al ejercicio del poder público, mediante el sufragio
 14 universal, libre y secreto.

15

16 OP _____ . CONTINÚA TRACK 6 R. E. M. SE MANTIENE DE FONDO

17

18 **LOC. 1** Hablar de cifras y porcentajes es poco apropiado para platearlas ante un
 19 micrófono, sin un sustento de comparación, porque finalmente, los
 20 números por sí solos no dicen nada.

21 A propósito, ¿conoce usted sobre los tiempos que otorga el estado?

22

23 OP _____ . RÁFAGA Y SE LIGA CON REPORTAJE 1.. CONTINÚA
 24 APERTURA MUSICAL TRACK 6. R.E.M . DE FONDO. SE
 25 LIGA CON INSERT SONIDO FÁTIMA FERNÁNDEZ

26

27 "Primero hay que hacer una brevisima historia .

28 ... con la modificación al artículo sexto y de ahí en adelante ya la historia
 es muy conocida"

1 **REPORTERA** En efecto, como lo precisa la profesora e investigadora, Fátima
 2 Fernández, en México, la cuestión del financiamiento público y privado,
 3 así como el de su monto y utilización ha generado desde su aprobación
 4 en 1986, una serie de controversias.

5
 6 Los estudiosos del tema concuerdan en que no existe el mejor modelo al
 7 que todos debemos aspirar, lo que sí existe, afirman, es una
 8 preocupación constante por perfeccionar las normas que regulen el
 9 financiamiento de la vida partidista con el fin de mejorar la equidad de
 10 la competencia electoral y garantizar la transparencia en el origen y
 11 aplicación de los recursos, pero escuchemos lo que opina Arturo
 12 Sánchez Gutiérrez, Director Ejecutivo de propaganda y Partidos
 13 Políticos del IFE.

14 **OP** **INSERT SONIDO ARTURO SÁNCHEZ. CONTINUA DE**
 15 **FONDO TRAK 6 R.E.M**

16 “En época de, en época de elecciones, las cosas funcionan un poco
 17 diferente.....

18 ... para lo cual el presupuesto del IFE tiene una bolsa destinada a ésto”

19

20 Es importante destacar que entre los acontecimientos que pueden dar
 21 testimonio de lo expresado anteriormente destacan los siguientes:

22 En 1987 por primera vez en la historia de la legislación electoral
 23 mexicana, el Código Federal Electoral incluyó un título específico para
 24 el régimen financiero de los partidos políticos e instituyó el
 25 financiamiento público directo en adición a prerrogativas hasta ese
 26 entonces vigentes sobre el acceso a radio y televisión, al régimen fiscal
 27 especial y a la franquicia telegráfica y telefónica.

28

Elecciones 1997

4 /18

El precio de la democracia

1 **REPORTERA** En 1990, el Código Federal Electoral amplió considerablemente el
 2 financiamiento público directo y mantuvo las prerrogativas de los
 3 partidos políticos, sin embargo, con la Reforma Electoral de 1993 se
 4 fijaron límites a las aportaciones privadas y se creó un órgano de
 5 fiscalización ante el cual se presentaron informes de ingresos y gastos,
 6 se avanzó en la normatividad para el acceso a la radio y la televisión
 7 así como en los límites a los gastos de campaña.

8

9

VOZ INFORMATIVA. YOLANDA MERCADO

10 **10OP . APERTURA MUSICAL. TRACK 6 R.E.M. A FONDO**

11 **LOC. 1** Aquí es importantes destacar que a pesar de la polémica sobre el
 12 financiamiento y los tiempos que otorga el estado a los partidos
 13 políticos, el centro de interés partidistas, se ha basado durante décadas
 14 en un punto central (PAUSA)

15

16 **OP . SUBE MÚSICA , BAJA Y SE MANTIENE**

17

18 **LOC. 1** (EFUSIVO) ¡ Los privilegios que a lo largo de la historia ha recibido el
 19 Partido Revolucionario Institucional de la Administración Pública!
 20 Situación que condujo al resto de los Partidos Políticos a acusar al PRI
 21 de ser el partido de estado por obtener todo el beneficio y el apoyo
 22 legal del gobierno que en materia de financiamiento se ha proporcionado
 23 a cada uno de los partidos políticos a raíz de la aprobación de las
 24 distintas Reformas Electorales de las últimas dos décadas.

25

26 **OP . RÁFAGA. Y SE LIGA CON CÁPSULA II. APERTURA**
 27 **MUSICAL A FADE OUT TRACK 4. SINEAD O' CONNORS.**

28

1 **VOCES.** "Y SURGEN LOS PARTIDOS POLÍTICOS"

2

3 **LAURA** Con la organización de clubes políticos se dio paso a la conformación
4 del primer partido político en nuestro país, ¡El partido Liberal
5 Mexicano!

6 Este partido fue encabezado en 1906 por Camilo Arriaga y después por
7 Ricardo Flores Magón.

8 Un año después, de manera independiente surgió el Club Central

9 Anti-Releccionista, fundado por Francisco I. Madero, quien en 1910 fue
10 postulado por este club, como candidato a la presidencia de la
11 República

12

13 **OP . APERTURA MUSICAL A FONDO . DISCO REMIX ALBUM**

14 **TRACK 2 . THE PET SHOP BOYS.**

15

16 **LOC. 1** Para hablar sobre el régimen financiero de los Partidos Políticos vamos a
17 entrevistar a Raymundo Aguilar, él es catedrático de la Universidad
18 Nacional Autónoma de México y especialista en este tema.

19 Doctor Aguilar gracias por acompañarnos.

20

21 **CATED.** Al contrario gracias a ustedes por su amable invitación y antes que nada
22 es importante señalar que fue a partir de 1986 cuando la Constitución
23 Política de los Estados Unidos Mexicanos, consagró por primera vez el
24 derecho de los Partidos Políticos que cuentan con reconocimiento legal
25 a recibir financiamiento público para desarrollar sus actividades
26 tendientes a la obtención del sufragio popular .

27

28

1 **CATED.** Y fue a partir de este año y sobre esta base la legislación reglamentaria
2 en materia electoral estableció, desarrolló y perfeccionó una serie de
3 disposiciones que han tenido como propósito regular de una manera
4 cada vez más clara, más precisa e integral el régimen financiero de los
5 Partidos Políticos nacionales.

6 Es así como en México, la cuestión del financiamiento público y privado,
7 así como el de su monto y aprobación ha generado una serie de
8 controversias.

9
10 Por una parte, existen analistas políticos que aseguran que no existe un
11 modelo único de financiamiento y que tampoco existe el mejor modelo
12 al que todos debemos aspirar, lo que si existe, según afirman, es una
13 preocupación constante por perfeccionar las normas que regulan el
14 financiamiento de la vida partidista con el fin de mejorar la equidad de la
15 competencia electoral y así garantizar la transparencia del origen y
16 aplicación de los recursos.

17

18 **LOC. 1** (INTERROGA) Bueno doctor y ¿ Qué pasó y a qué término se llegó
19 con respecto a este tema en la Reforma Electoral de 1996?

20

21 **CATED.** La reciente Reforma Electoral se inclinó por la tesis española en la que
22 el financiamiento público es penalizado, y su legislación impide a los
23 Partidos Políticos recibir donaciones privadas en una cantidad asignada
24 en los correspondientes presupuestos generales del estado para
25 subvencionar a los Partidos Políticos.

26 En el caso de México, la actual legislación limita las aportaciones de
27 dinero de simpatizantes a 10 por ciento del total del financiamiento
28 público para actividades ordinarias.

Elecciones 1997

7/18

El precio de la democracia

1 **CATED.** Sin embargo, aquí me gustaría acotar que en agosto de 1996, cuando se
 2 llevó a cabo la reforma a la Constitución General de la República en
 3 materia electoral y un mes después se aprobó la Reforma al Código
 4 Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, que contiene las
 5 disposiciones específicas a nivel federal y se establecieron las nuevas
 6 reglas que rigieron la contienda electoral de 1997 y la normatividad
 7 relativa al financiamiento de partidos y campañas políticas; fue hasta
 8 entonces cuando nuestra legislación recogió experiencias de otros países
 9 para legislar sobre el financiamiento de los partidos políticos.

10

11 **LOC. 1** Entoces, doctor Raymundo Aguilar, ¿La Reforma Electoral de 1996
 12 estableció el financiamiento público a los Partidos, la limitación de los
 13 gastos electorales y el control de gastos e ingresos de los Partidos
 14 Políticos?

15

16

17 **CATED.** En efecto, la reforma se inclinó también como ya lo había mencionado
 18 por el principio de máxima participación del Estado y mínima
 19 participación privada, de manera que se fijaron límites a las aportaciones
 20 de personas físicas o morales no debiendo rebasar 10 por ciento del
 21 monto de financiamiento público para actividades ordinarias

22

23

24 **OP** . ENTRA CÁPSULA III. APERTURA MUSICAL A FADE OUT.

25 TRACK 4. SINEAD O' CONNORS.

26

27

28

Elecciones 1997

8/18

El precio de la democracia

- 1 **VOCES** "CREACIÓN DEL PARTIDO NACIONAL REVOLUCIONARIO"
2
- 3 **LAURA** El Partido Nacional Revolucionario fue fundado en 1929 por Plutarco
4 Elías Calles con el objeto de establecer reglas que resolvieran
5 definitivamente el relevo presidencial.
6
- 7 El Partido Nacional Revolucionario, se autonombró como el heredero
8 exclusivo de la Revolución Mexicana y conformó en su mayoría a la
9 burocracia gubernamental que incluía el poder de los caciques, militares,
10 y obregonistas.
11
- 12 **OP** . **CONTINÚA MÚSICA ELECTRÓNICA A FONDO.**
13
- 14 **LOC. 1** Continuamos con el Profesor Raymundo Aguilar, él es especialista en el
15 régimen financiero de los Partidos Políticos en México.
16
- 17 **CATED.** Bien, antes de concluir, me gustaría informarle que en relación al
18 financiamiento público éste se divide en una parte igualitaria. Alrededor
19 de 30 por ciento del total de financiamiento se le otorga a todos los
20 partidos políticos, pero el 70 por ciento restante se divide de acuerdo
21 con el número de votos obtenidos en la elección inmedidata anterior,
22 asimismo, se otorga para gastos de campaña una cantidad igual al monto
23 del financiamiento público que le corresponde a cada partido por
24 actividad ordinaria en ese año y se reintegra un porcentaje de los gastos
25 que eroguen los Partidos Políticos por concepto de actividades relativas
26 a la educación y la divulgación.
27
28

Elecciones 1997

9/18

El precio de la democracia

1 **LOC. 1** Sin embargo, pese a los avances que se generaron con las reformas
 2 electorales que culminaron en el proceso electoral de 1994, el propio
 3 presidente Ernesto Zedillo, recogió en distintas ocasiones las críticas de
 4 la oposición a la competencia injusticia, derivada entre otros factores, de
 5 la desigualdad en la distribución del dinero dedicado a las campañas y a
 6 los partidos políticos. De ahí el lugar que ha ocupado en los años
 7 recientes el tema de la llamada equidad electoral, una de cuyas claves
 8 además del acceso a los medios de comunicación ha sido el
 9 financiamiento desigual que existe en los partidos políticos, en este
 10 sentido, la Reforma electoral de 1996 estuvo encaminada a proporcionar
 11 un esquema de financiamiento público tendiente a generar nuevos
 12 esquemas, más justos de asignación de presupuesto.

13
 14 **LOC. 1** Profesor Raymundo Aguilar, gracias por aceptar nuestra invitación, y
 15 por ampliarnos el panorama sobre el régimen financiero.

16

17 **CATED.** Al contrario, muchas gracias a ustedes, estoy a sus órdenes.

18

19 **OP** _____, **APERTURA MUSICAL A FONDO. TRACK 6 R.E.M.**

20

21 **LOC. 1** ¿Sabe usted cuáles son las condiciones que impone el Instituto Federal
 22 para otorgar financiamiento a los Partidos Políticos?

23

24 **OP** _____, **RÁFAGA**

25 En 1993 se establecieron cinco modalidades relativas al financiamiento:
 26 estas son, financiamiento público, por militancia, por simpatizantes, por
 27 autofinanciamiento y por rendimientos.

28 **OP** _____, **RÁFAGA**

1 **VOCES** ¡Datos! ¡Cifras! ¡Porcentajes! ¡Números! y más ¡Números!

2

3 **OP** **ENTRA REPORTAJE 2 APERTURA MUSICAL A FONDO**

4 **TRACK 5 UB 44**

5

6 **REPORTERA** Aunque en México el trámite para votar es totalmente gratuito, en
7 realidad los ciudadanos contribuyentes tuvieron que pagar la cantidad de
8 87 pesos con 86 centavos por emitir su voto.

9

10 Dicha cantidad resulta de dividir 4 mil 667 millones 64 mil 14 pesos que
11 integran el presupuesto anual del Instituto Federal Electora, entre poco
12 más de 53 millones de personas registradas en el padrón electoral,
13 el problema es que menos de la tercera parte tiene ingresos gravables lo
14 que elevó el costo por voto a 311 pesos.

15

16 Los 4 mil 667 millones 64 mil 14 pesos equivale a 43 por ciento de lo
17 destinado este mismo año a combatir la pobreza en el fondo de
18 desarrollo municipal.

19

20 Los 4 mil 667 millones 64 mil 14 pesos, es .32 por ciento más alto que el
21 presupuesto anual de la Secretaría de Marina.

22

23 Los 4 mil 667 millones 64 mil 14 pesos, triplica los fondos de la
24 Secretaría de la Reforma Agraria, cantidad que podría mejorar las
25 condiciones de vida de los campesinos.

26

27

28

1 **REPORTERA** Los 4 mil 667 millones 64 mil 14 pesos, duplica los fondos de la
2 Procuraduría General de la República, dinero que se pudiera utilizar
3 para combatir la delincuencia en la Ciudad de México.

4
5 Cabe destacar, que el costo de estas elecciones no sólo fue el más alto
6 de la vida política mexicana, sino que superó en mucho al precio
7 promedio del sufragio en América Latina.

8
9 Si se desglosa el presupuesto y se comparan únicamente los gastos de
10 propaganda de los partidos políticos mexicanos con los de otros países
11 del mundo, los gastos también lucen excesivos, sin embargo, para
12 conocer los costos de la democracia habría que sumar la inversión de las
13 credenciales electorales, las dietas de los Diputados y los ingresos de los
14 Senadores, así como los gastos normales de los ocho partidos políticos
15 que participaron en esta contienda electoral.

16
17 Dos de los partidos de oposición que estuvieron en contra de los altos
18 costos de campaña, encontraron caminos distintos para no parecer
19 incongruentes a la hora de recibir los recursos.

20
21
22
23
24
25
26
27
28

Elecciones 1997**12/18****El precio de la democracia**

1 **REPORTERA** El Partido Acción Nacional optó por la devolución de algunas
 2 cantidades, en tanto que el Partido de la Revolución Democrática
 3 aprobó otros mecanismos, por una parte decidió utilizar sólo alrededor
 4 del 80 por ciento en su campaña electoral y el resto en gastos sociales,
 5 específicamente en la apertura de oficinas para la atención de migrantes,
 6 una fundación para viudas, huérfanos y militantes del PRD y lo más
 7 importante, 55 millones de pesos para la compra de libros de texto de
 8 secundaria que contribuyan al desarrollo educativo en los municipios
 9 donde gobierna el Partido de la Revolución Democrática.

10

11 **VOZ INFORMATIVA. YOLANDA DEL CAMPO**

12

13 **LOC. 1** Con esta información podemos entrar de lleno al tema de la imagen que
 14 presentaron los candidatos al Gobierno del Distrito Federal.

15

16 **OP** . **APERTURA MUSICAL TRACK 6 A R.E.M. A FONDO.**

17

18 **LOC. 1** Las campañas proselitistas en busca de la gubernatura del Distrito
 19 Federal, que llevaron a cabo los candidatos del PRI, PAN y PRD
 20 durante varios meses, se caracterizaron por la importancia que cada uno
 21 de ellos imprimió a su imagen, hecho que sin duda fue parte importante
 22 para allegarse votos.

23

24 Los comités de campaña gastaron gran parte del financiamiento público
 25 que les otorgó el Instituto Federal Electoral, en resaltar las cualidades de
 26 sus contendientes en spots radiofónicos, televisivos y en carteles en vía
 27 pública.

28 **OP** . **SUBE MÚSICA, BAJA, SE MANTIENE DE FONDO.**

1 **LOC. 1** En cuanto a los carteles que circularon en el Distrito Federal, se puede
 2 destacar que los candidatos mostraron una imagen que al parecer les fue
 3 impuesta, como fue el caso del candidato perredista, Cuauhtémoc
 4 Cárdenas que dió la impresión de ser obligado a sonreír.

5
 6 Mientras que la fotografía del aspirante priista, Alfredo del Mazo, era
 7 demasiado estática, reflejaba tranquilidad y abstracción, en tanto que el
 8 panista, Carlos Castillo Peraza, se mostró más real, daba la impresión de
 9 fresca y espontaneidad a pesar de que durante su campaña proselitista
 10 el candidato del PAN fue calificado incluso por los dirigentes de su
 11 partido como una persona de mal carácter, por sus actitudes hacia los
 12 medios de comunicación.

13

14 **OP _____ . RÁFAGA... CONTINÚA TRACK 6 R.E.M. A FONDO.**

15

16 **LOC. 1** Pero para ampliar esta información entrevistamos a especialistas del
 17 tema, ellos son :

18

19 La profesora en Ciencias Políticas en el ITAM, Denise Dresser; Víctor
 20 Gordoá, Consultor en imagen pública, primer mexicano reconocido
 21 oficialmente en Estados Unidos por la "Asociation of image consultant
 22 international" y al sociólogo y político Alfonso Zárate.

23

24 Víctor Gordoá, en tu opinión ¿Cómo se realiza la imagen de un
 25 candidato a ocupar un puesto de elección popular?

26

27

28

1 OP . INSERT SONIDO 1: VICTOR GORDOA

2 "Recordemos que para poder hacer la imagen de un candidato se
3 necesita llevar una metodología...

4 ... incluye, tres etapas, primero se hace investigación, después se hace
5 diseño y después se hace producción"

6

7 **LOC. 1** Alfonso Zarate, de acuerdo con tu experiencia como sociólogo y
8 además político, ¿Cuál debe ser el perfil de un aspirante a ocupar una
9 gubernatura en el país?

10

11 OP . INSERT SONIDO 2: ALFONSO ZARATE

12 "Lo que tiene que ver con el perfil de los aspirantes es su formación, su
13 preparación...

14 ... de un hermano incómodo, un papá abusivo, de un hijo destrampado,
15 entoces, yo quería solamente sugerir el que en una visión, sociológica
16 política es importantes ver un poco antes"

17

18 **LOC. 1** ¿Entonces ustedes creen que en las elecciones federales del 6 de julio se
19 tomaron en cuenta, tanto los puntos de la imagen a los que se refirió
20 Victor Gordoa, como al perfil al que hace referencia Alfonso Zárate?

21

22 OP . INSERT SONIDO 3. VICTOR GORDOA

23 "no, no, yo me doy cuenta, que se acude a un reto como el que se
24 enfrenta actualmente, bastante elevado...

25 ... para poder convencer de que son los mejores, porque de eso se trata,
26 porque al final de cuentas, imagen es percepción"

27

28

Elecciones 1997**15/18****El precio de la democracia**

1 **LOC. 1** Para usted, doctora, Denisse Dresser, profesora de Ciencias Políticas en
 2 el ITAM, ¿ Cuáles deben ser los puntos que los Partidos Políticos deben
 3 evaluar para designar a un candidato que lo representará durante toda
 4 una campaña proselitistas?
 5

6 **OP** . **INSERT SONIDO 4. DENISE DRESSER**

7 “La evaluación de un candidato, no se hace de forma aislada, el voto de
 8 la gente también depende de cómo perciben a las otras opciones...
 9 ... de un electorado crecientemente sofisticado en el Distrito Federal”

10 **LOC. 1** Bien, agradecemos a Victor Gordo a Denise Dresser y Alfonso Zárate
 11 que nos hayan proporcionado un poco de su tiempo y sobre todo de su
 12 experiencia para darle figura a este reportaje.
 13

14 **OP** . **RÁFAGA Y APERTURA A FADE OUT TRACK 4. SINEAD
 15 O’CONNORS. ENTRA CAPSULA IV.**

16
 17 **VOCES** “PARTIDO DE LA REVOLUCIÓN DEMOCRÁTICA “
 18

19 **LAURA** El Partido de la Revolución Democrática, se constituyó de manera
 20 formal el 5 de mayo de 1989.

21 Su antecedente inmediato fue el Frente Democrático Nacional
 22 conformado por la unión de diversos partidos para las elecciones del 6
 23 de julio de 1988, principalmente por la corriente democrática del Partido
 24 Revolucionario Institucional y por organizaciones sociales de izquierda.
 25 Entre sus objetivos destacan: El respeto a los derechos humanos
 26 fundamentales de la persona, del ciudadano, de sus organizaciones
 27 libremente constituidas y de la sociedad en su conjunto

28 **OP** . **RÁFAGA Y SE LIGA CON TRACK 6 R.E.M. A FONDO**

1 **LOC. 1** Que lastima que el tiempo se terminó , les agradecemos sus opiniones y
2 esperamos contar con su presencia en una próxima ocasión.

3

4 Sin embargo, ante de concluir este reportaje, permítame decirle que de
5 esta forma se pudo apreciar que los partidos políticos dedicaron especial
6 atención a la formación de la imagen pública de sus respectivos
7 candidatos al gobierno de la ciudad de México, de hecho se comprobó
8 la eficacia del uso adecuado de tal elemento en la propaganda pública.

9

10 Es destacable que el Partido de la Revolución Democrática, quien gastó
11 más en la consecución de ese objetivo, finalmente logró el triunfo con
12 Cuauhtémoc Cárdenas en los comicios del 6 de julio.

13

14 Se puso de manifiesto que la integración de su imagen eficiente está en
15 función directa con la valoración de la personalidad del candidato. Una
16 falta en esa interconexión provocó rechazo entre los electores como
17 sucedió con Carlos Castillo Peraza del Partido Acción Nacional, la
18 proyección hecha en las fotografías de los desplegados, por ejemplo no
19 coincidían con los elementos de su personalidad.

20

21 Por otra parte, el candidato del Partido Revolucionario Institucional
22 Alfredo del Mazo González perdió la elección pese al manejo de su
23 imagen pública. Este hecho demuestra que el sentido del sufragio
24 ciudadano tiene relación no sólo con la imagen sino con los otros
25 elementos de la campaña, como es el discurso.

26

27

28

Elecciones 1997**17/18****El precio de la democracia**

1 **LOC. 1** En conclusión la imagen propagandística no es determinante por sí sola
 2 para guiar el voto, sino que debe estar en concordancia con un proyecto
 3 político-electoral integral.

4

5 OP . APERTURA MUSICAL A FADE OUT. TRACK 4 SINEAD
 6 O'CONNORS. ENTRA CAPSULA V.

7

8 **VOCES** " P ARTIDO ACCIÓN N ACIONAL "

9

10 **LAURA** Se fundó durante la celebración de la Asamblea Nacional Constituyente
 11 efectuada el 15 de septiembre de 1939.

12 Acto que significó un llamado al pueblo convocándolo a la unión de
 13 ideas y principios superiores.

14

15 Su primer dirigente Manuel Gómez Morín, se basó en el respeto a los
 16 valores morales para orientar la lucha política y transformar la acción
 17 electoral con el objeto de conformar un partido de carácter permanente
 18 y de alcance nacional

19

20 OP . RÁFAGA

21

22 **LOC. 1** Esto fue Financiamiento y Estrategias de imagen de los candidatos al
 23 Gobierno del Distrito Federal, permitame invitarlo para que la próxima
 24 semana nos acompañe en este mismo espacio para conocer ¡Siempre
 25 algo nuevo de lo que nadie antes le había hablado !... Mi nombre es
 26 Martín Morales.

27

28

Elecciones 1997

18/18

El precio de la democracia

1 **OP _____**. **APERTURA MUSICAL. TRAVELLING WITHOUT MOVING**

2 **JAMIROQUAL TRACK 1 VIRTUAL INSANITY A FONDO.**

3

4 **LOC. 2** En los controles técnicos: Ernesto Cano y Medardo de la Cruz.

6 Reporteras: Yolanda Mercado y Yolanda del Campo.

7 Cápsulas: Laura Pérez Cervantes.

8 Como Catedrático: Héctor Cruz Avendaño.

9 Producción y Realización: Gloria Chávez .

10 Esta fue una producción de la Escuela Nacional de Estudios

11 Profesionales Campus Aragón.

12

13 **OP _____**. **SE MANTIENE DE FONDO TRACK 1 JAMIROQUAL CON**

14 **INSERT SPOT DE CAMPAÑA.**

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

CONCLUSIONES

El proceso electoral federal para elegir el jefe del Departamento del Distrito Federal, fue crucial para la consolidación de la cultura de los mexicanos, al tiempo que puso al país en el camino de la democratización definitiva, encaminada a establecer una convivencia política, plural, tolerante, y apegada a derecho.

El Instituto Federal Electoral, estableció las bases de una competencia partidaria equilibrada, con una nueva correlación de fuerzas, que hizo posible terminar con el sistema hegemónico sostenido por el Partido Revolucionario Institucional, durante más de seis décadas.

La inédita elección del jefe de Gobierno de la Ciudad de México, significó la rehabilitación de los capitalinos como ciudadanos en pleno ejercicio de sus derechos constitucionales de elegir por medio del voto directo y universal, a quien guiaría el destino de la administración local, y de la ciudad en su conjunto.

Tanto a nivel federal, como en la capital del país, las campañas proselitistas de los candidatos a los distintos puestos de elección popular, giraron en torno a sujetos, personalidades, virtudes, defectos, nombres, e historias individuales; elementos que la técnica publicitaria, y las estrategias de imagen tomaron en consideración para dar un soporte a los aspirantes partidistas con el fin de lograr un impacto determinado entre la ciudadanía, que finalmente orientara el voto en su favor.

La historia nos ha enseñado que los comicios se ganan haciendo política, lo que significa, el empleo de una serie de recursos, y no sólo la utilización de algunos de ellos como sería la aplicación de un buen manejo de la imagen, un candidato puede contar con un excelente aparato propagandístico, pero en su discurso puede ser en realidad limitado. Su imagen no garantiza, por si sola, el impacto deseado en el votante.

En el contenido de la investigación se puede constatar que en el caso del Distrito Federal, el aspirante priísta, Alfredo del Mazo, contaba con un excelente sistema de propaganda, pero finalmente el impacto de su discurso -incluidas las promesas de campaña- fue menor al logrado por el candidato del Partido de la Revolución Democrática, Cuauhtémoc Cárdenas, quien además, fue el que ganó la elección.

Cabe destacar, que para llevar a cabo las acciones políticas encaminadas a obtener el triunfo tanto en las elecciones federales, como en la local del Distrito Federal, los partidos políticos recibieron el financiamiento público otorgado por el IFE, y de acuerdo con la investigación, el rubro correspondiente a la formación y promoción de la imagen fue en el que los partidos gastaron la mayor parte de ese dinero.

De acuerdo con investigadores y personas especializadas en imagen pública, la integración de ese rubro (imagen), se fundamenta en una estrategia de mercadotecnia muy bien definida, esto significa que el candidato se convierte en un producto, respecto del cual se promocionan sus características de mayor impacto entre los consumidores, estos es, entre los eventuales votantes.

En el caso de los productos, la idea final es que se compre el mismo, en tanto, que en el caso de los aspirantes partidistas, el objetivo final es que el ciudadano sufrague a su favor, por ello es que se analiza la imagen real del candidato y se ubican las eventuales modificaciones que deberán hacerse a fin de lograr los efectos deseados.

Así, para ejemplificar, está el caso del perredista, Cuautémoc Cárdenas, que como imagen natural se podría definir como una persona iracunda y dura, lo cual causaría rechazo entre los electores, sin embargo, sus estrategias de imagen le pidieron que sonriera lo más posible, y de esta forma, Cárdenas apareció en público, en los carteles y otros medios, con una sonrisa plena, alcanzando finalmente el triunfo.

Por esta inquietud, el radio reportaje titulado "El precio de la Democracia" trata de concientizar a la población votante para que no se deje persuadir tan fácilmente y analice con detenimiento quién es el candidato idóneo y no permita que los aparatos propagandísticos desvíen su decisión al momento de votar.

FUENTES

A) AUDIOGRÁFICAS:

MONITOR

XE RED 110 AM

6: 00 A 10: 00 HRS

22 DE ENERO DE 1997

12 MARZO DE 1997

MÉXICO, D.F.

CONDUCTOR: JOSÉ GUTIÉRREZ VIVÓ

Mesa redonda sobre estrategias de imagen de los candidatos al gobierno del Distrito Federal, donde participaron:

DENISE DRESSER: Profesora de Ciencias Políticas en el ITAM.

FÁTIMA FERNÁNDEZ CHRIESTLIEB: Profesora e investigadora de tiempo completo en la facultad de Ciencias Políticas en la UNAM.

VÍCTOR GORDOA: Consultor en Imagen Pública.

ARTURO SÁNCHEZ GUTIÉRREZ: Funcionario del Instituto Federal Electoral.

ALFONSO ZÁRATE: Sociólogo y Político.

B) BIBLIOGRÁFICAS:

División de Ciencias Sociales y Humanidades, Departamento de Sociología. Polis 95, *México, 1994: Política, Conflictos, Elecciones, Partido y Ciudadanos*. UAM, Unidad Iztapalapa 1986, 252 pp.

Lajoues, Alejandra. *Los Partidos Políticos en México*. Ed. Premio 2ª ed. México 1986, 148p.

Pasquini, S Bartolini, M.Cota. Et al. *Manual de Ciencias Políticas*, Madrid, Alianza Universidad, textos, 1991, 274 p.

C) DOCUMENTOS

Academia Mexicana de Derechos Humanos. *Observación de gastos de campaña para jefe de Gobierno del Distrito Federal 1997*. México, 35 pp.

Comité Ejecutivo Nacional del Partido Acción Nacional. *Líneas Generales* 57 pp.

Partido Cardenista. *Declaración de Principios*, Estatutos, Programa de Acción, 47 pp.

Partido Demócrata Mexicano. *Propuestas y Compromisos*, México, Ed. Democracia, 1995.

Partido Popular Socialista, Principios. *Programas y Estatutos*, 1994, ed. combatiente, S.A. de C.V. 54 pp.

Partido de la Revolución Democrática. *Declaración de Principios y Programa de la Revolución Democrática*, 1993, Ed. Institutos de Estudios de la Revolución Democrática, 165 pp.

Partido de la Revolución Democrática. *Estatutos y Reglamentos*, 1997, Ed. Tipografía. Diseño e impresión, S.A. de C.V, 206 pp.

Partido Revolucionario Institucional. *Documentos Básicos*, 1997. México, Ed. CEN PRI. 269 pp.

Partido del Trabajo. ***Breve semblanza de la Organización Política más Joven y de más rápido Crecimiento en el país***, México, 1996. 6 pp.

Partido del Trabajo, ***Declaración de Principios***, Programa de Acción, Estatutos, México 1996, 48 pp.

Partido Verde Ecologista de México. ***Declaración de Principios, Programa de Acción, Estatutos, Pronunciamiento Verde, Plataforma Electoral***, México, 30 pp.

D) HEMEROGRÁFICAS:

Ancira, Ramses, "Votos y Salarios ¿ de a como nos toca?" El Universal, suplemento, Bucareli. México, 29 de junio de 1997 . p 24

Cabrera Enriqueta "Competencia electoral y financiamiento a partidos" El Nacional. Suplemento. México, 17 de abril de 1997. p.8