

20
2ej

Tesina presentada por
Violeta Lilia Hernández Enríquez
para obtener la licenciatura en
Sociología

**LAS REDES DE CONTACTO PERSONAL
COMO ALTERNATIVA PARA AMPLIAR LA
PENETRACION DE LOS PARTIDOS POLITICOS
EN CAMPAÑAS ELECTORALES**



**Facultad de Ciencias
Políticas y Sociales
U. N. A. M.
Diciembre, 1997**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

INDICE

	PAG
AGRADECIMIENTOS	4
PRESENTACIÓN	7
INTRODUCCIÓN	9
CAPITULO I	
Algunas consideraciones en torno a los partidos políticos	17
1.1 Los partidos políticos y los nuevos movimientos Sociales	20
CAPÍTULO 2	
Las transformaciones del PRI a lo largo de su historia	25
2.1 El Partido Nacional Revolucionario	25
2.2 El Partido de la Revolución Mexicana	27
2.3 El Partido Revolucionario Institucional	30
2.3.1 Adecuaciones formales del PRI, a las circunstancias socio políticas modernas	31
2.3.2 Transformación de los órganos de dirección	33
2.3.3 Doble estructura interna del partido	34
CAPÍTULO 3	
El nuevo escenario político mexicano	40
3.1 Expresiones políticas de la actualidad	47
3.2 Las clases medias en México	50
CAPÍTULO 4	
Valores culturales de los mexicanos	54
4.1 Valores socio culturales	56
4.2 Cultura política	59
4.3 Confianza interpersonal	61

CAPÍTULO 5

Comunicación política en una sociedad de masas: comunicación Masiva vs comunicación oral	67
5.1 Influencia de los medios masivos de comunicación en el comportamiento político	67
5.2 Importancia de la comunicación oral en una sociedad masiva	69
5.3 Influencia de los líderes de opinión en las actitudes políticas personales	70
5.4 Influencia de los medios masivos en resultados electorales	75

CAPÍTULO 6

Las redes de contacto personal	79
6.1 Caracterización de las redes	79
6.2 La Campaña de María de los Ángeles Moreno	84
6.2.1 Antecedentes de la campaña	85
6.2.2 La campaña como Candidata a Senadora	87
6.2.3 Estructura y programas de la campaña	89
6.3 La Red de Amigos de María de los Ángeles Moreno	93
6.3.1 Filosofía de la Red de Amigos	93
6.3.2 Desarrollo del programa	96
6.3.3 Operación	98
6.3.4 Resultados	100
6.4 Perfil biográfico de Ma. de los Ángeles Moreno	102

CONCLUSIONES	105
--------------	-----

BIBLIOGRAFÍA	111
--------------	-----

AGRADECIMIENTOS

La tesina es el resultado de la experiencia que en materia político electoral hemos desarrollado a lo largo de casi veinte años, mismos que nos llevaron a concluir una etapa de la vida que dejamos pendiente y que ahora gracias al Programa de Educación Continua, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPS), hemos podido cristalizar. Por ello hacemos un reconocimiento especial a éste Programa auspiciado por nuestra querida Facultad ya que a través de él, sus alumnos, que lo seremos afectivamente toda la vida, tenemos una nueva oportunidad de cumplir con una expectativa propia que se inició con la inscripción en su matrícula; además, quizá, de aportar nuevos temas a la investigación apegados a la realidad concreta de éste país.

De manera particular quiero agradecer a mi amiga y coordinadora del Programa de Educación Continua, licenciada Rosa Ma. Villarelo, por su aliento y comprensión. También a Anita Hirsch por la dirección de la tesina y a Hugo Azpeitia, por su tenacidad, orientaciones e impulso, que fueron siempre determinantes.

Sin embargo, a lo largo de la vida de estudiante y también profesional, hemos ido recogiendo el cariño, las enseñanzas y la dedicación de múltiples maestros que nos orientaron y con su ejemplo y esmero estimularon nuestro desempeño. Es difícil recordar y mencionar a todos, pero de manera particular quiero dejar constancia de nuestro aprecio por los maestros que más exigieron el cumplimiento de las metas, porque es a ellos a quienes verdaderamente aprendemos y, esta tesina es un homenaje tardío a su empeño.

Estudiar sociología significa una manera particular de ser y ver la vida, cuantimás cuando se pertenece a la generación de la ruptura, como es la del sesenta y ocho, así que ese hecho que marcó nuestras vidas, se ha reproducido en diferentes ámbitos y épocas de nuestra trayectoria, quedando plasmado en nuestra búsqueda incesante del cambio social hacia una comunidad con mayores oportunidades y una mayor responsabilidad individual en ese cambio.

En el camino hemos gozado del afecto, colaboración, apoyo y enseñanzas de personas que han contribuido a nuestra formación personal y profesional, que nos acompañaron en alguna época de nuestra vida y que por diversos motivos no son hoy parte integrante de nuestros círculos cercanos; sin embargo, a pesar de la distancia, queremos reconocer su aportación al crecimiento profesional y al cariño recibido, ya que éste es el alimento del alma.

De manera particular quiero reconocer a mis hermanos, Gustavo, César, Silvia y Salvador, todos egresados de esta magnífica Facultad, porque siempre han estado presentes en mi vida como un ejemplo de responsabilidad profesional, de tenacidad y de superación, a todos ellos mi cariño y gratitud. A Silvia, además, de una manera muy especial, porque siempre ha estado atenta a mis planteamientos y ha apoyado las decisiones más importantes o difíciles de mi vida. A mi mamá, por haber inventado la educación activa, junto con mi padre, y haberme enseñado que el máximo valor del hombre es la libertad. Por haber practicado entre nosotros la igualdad entre los sexos, que me ha formado en la defensa del ser humano. También por los múltiples valores inculcados, que me han hecho ser lo que soy.

Probablemente los éxitos alcanzados en mi vida no hubieran sido posibles si me hubiera faltado el estímulo permanente que representa la existencia de mis hijos. Gracias a ellos, a que siempre han sido magníficos compañeros, a su sonrisa, amor, comprensión y reciprocidad, he dormido y despertado con el deseo de superación permanente, acompañado del aliento constante por su presencia en mi vida. A Nacho y Rafa, muchas gracias y perdón por mis errores, entre los que quizá se cuenten las horas que pasé lejos de ellos, pero pensando en ellos mismos.

A Pepe, por su compañía, por permitirme utilizar el tiempo que le corresponde de atención y cariño en beneficio de esta tesina, gracias, gracias también por enseñarme que las grandes metas se logran a pesar de todos los obstáculos, cuando se cree en uno mismo.

Finalmente quiero agradecer a María de los Ángeles Moreno, por haberme permitido abordar el tema de esta tesina a partir de la experiencia política de su campaña para senadora y compartir con ella el reto de la humanización de la política. También a Roberto Brito, sociólogo y amigo, por haberme alentado en el desarrollo de esta tesina, cuando flaqueamos y por haber revisado innumerables borradores. A Eva de la Rosa, por haberme hecho presente esta posibilidad de crecimiento que significa el recibir un título profesional, que por cierto es un regalo que todos nos merecemos y que sin embargo por distintos motivos, muchos dejamos pendiente. A Paty Aguilar, por el apoyo brindado en la captura de los manuscritos.

PRESENTACIÓN

El propósito de esta Tesina reside en proponer una alternativa para ampliar el nivel de penetración y acercamiento de los partidos políticos con la sociedad, a partir de la constitución de Redes de Contacto Personal (RCP), especialmente durante la realización de campañas electorales, ya que el ciudadano común, por un lado, es poco tomado en cuenta en la organización de ese tipo actividades políticas y por el otro, el proceso democrático exige una mayor participación de la sociedad en los problemas y actividades que le atañen. Ante esta situación consideramos que las RCP pueden ser un mecanismo que coadyuve al impulso de esa participación, así como para incrementar el grado de vinculación entre los partidos políticos y la sociedad, especialmente con el Partido Revolucionario Institucional, ya que en la coyuntura actual parecería ser que ha perdido buena parte de las simpatías¹ y de la militancia que anteriormente le apoyaba y seguía, en un esquema en el que existen serios cuestionamientos acerca de la vigencia de los propios partidos políticos como interlocutores auténticos de la sociedad, así como de la necesidad de revitalizarlos y en que lo ciudadano parece cobrar mayor relevancia que lo institucional o partidario.

Para alcanzar ese propósito se plantea la posibilidad de constituir Redes de Contacto Personal que por su carácter familiar y amistoso pueden responder de una manera más adecuada a las necesidades y expectativas de participación de los grupos de la sociedad que la más de las veces permanecen al margen de la actividad política pero que no por ello son menos importantes, ya que desde un punto de vista electoral, por ejemplo, también emiten su voto, habiendo guardado su opinión hasta el día de la elección, por lo que los partidos políticos desconocen cuál es su preferencia electoral hasta ese día y por ello es difícil prever su comportamiento y tomar las medidas necesarias para reforzar una campaña a fin de conquistar su preferencia.

Es un hecho que en la actualidad los ciudadanos muchas veces prefieren otros canales para participar, distintos a los partidos políticos, pues han puesto en duda la capacidad de éstos para representarlos auténticamente o para aglutinar

¹ Esta tesina fue elaborada en 1996, por lo que no contempla la situación post-electoral de 1997

y gestionar la solución de sus demandas. Creemos que ello obedece, entre otras causas, a la forma en que se desarrollan las relaciones personales en el seno de esos partidos o a la manera de hacer política. Los ciudadanos gustan de participar, pero de una manera fresca y directa que, al menos en el seno del Partido Revolucionario Institucional, parece que no es muy usual.

De ahí la propuesta que se presenta en el sentido de tener en cuenta la constitución de Redes de Contacto Personal como una alternativa para incrementar la participación del ciudadano común en campañas electorales y de ampliar el radio de acción de la labor proselitista, hacia segmentos de la población muchas veces apáticos o indecisos que constituyen una buena porción del electorado.

La crisis que el sistema político mexicano ha venido padeciendo en años recientes es un hecho que nos preocupa por los rasgos de conflicto social que pudiera acarrear, por lo que en virtud de los resultados positivos que se han alcanzado cuando se han utilizado Redes de Contacto Personal en diversas campañas electorales, creemos que son mecanismos que puede ser de utilidad para vincular a la sociedad con los partidos políticos, a fin de que continúen cumpliendo con la función de cohesionar, aglutinar y canalizar las demandas de la sociedad, pero desde una perspectiva moderna, para responder al comportamiento de los ciudadanos que están por arribar al Tercer Milenio, con todo lo que ello implica.

INTRODUCCIÓN

El propósito de este trabajo es proveer a los partidos políticos de nuevos mecanismos de promoción en campañas políticas que faciliten su acercamiento con la sociedad, ya sea reforzando su vinculación con segmentos sociales afines a ellos o con sectores que ya les han retirado su preferencia por muy distintos motivos pero que revisten gran importancia en los resultados electorales, sobre todo en estos tiempos caracterizados por la incertidumbre electoral que genera la alta competencia de los partidos políticos.

Las circunstancias que viven los mexicanos de los noventa dentro de la sociedad (sobre todo la urbana) es cada vez más crítica, con capacidad de organización, reflexión y actuación independiente de las instituciones, plantean la necesidad de encontrar nuevos mecanismos que sirvan para reforzar la función mediadora e interlocutora que tradicionalmente tienen asignados los partidos políticos, si se quiere que continúen aglutinando las demandas sociales para darles cohesión, jerarquía y congruencia a las demandas ciudadanas.

Esta tesina ofrece una alternativa para enfrentar esa situación, además de que plantea una estrategia para ampliar la base de legitimación de los partidos políticos y sus candidatos, mediante la integración de Redes de Contacto Personal (RCP) constituidas a partir de lazos de carácter familiar o amistoso que entre otras ventajas contribuyen a incrementar la penetración de los partidos políticos en segmentos de la población que normalmente no son atendidos por ellos por manifestarse como apáticos o contrarios a la actividad política, además de estimular precisamente ese tipo de actividad.

Esta alternativa reviste un carácter primordial en las circunstancias de competencia electoral que vive el país, ya que las proyecciones apuntan hacia una mayor dificultad en la previsión de resultados electorales.

La tesina cobra relevancia desde el punto de vista sociológico por que incorpora al campo de la participación política, la base axiológica que los mexicanos compartimos en los albores del nuevo milenio. También por que resumidamente señala tanto las transformaciones que se han dado en la estructura social mexicana, como en las características y actitudes culturales derivadas de esas modificaciones, que repercuten en los escenarios políticos, en los mapas electorales y en los partidos políticos, presionando entonces el

cambio organizativo y la búsqueda de nuevas opciones para el convencimiento del electorado.

Otro aspecto sociológico que la tesina recoge es el papel de los líderes de opinión en los cambios y preferencias del electorado, frente a los medios masivos de comunicación, como agentes conservadores de las estructuras sociales existentes.

El papel de las Redes de Contacto Personal se ubica en la discusión a cerca de la democratización de los partidos políticos. ¿hasta dónde un partido con experiencia y trayectoria puede ser democrático, si las decisiones competen a sus dirigentes y no a las bases que los conforman?, ¿cuáles son los límites en el centralismo democrático para la actuación de dirigentes y dirigidos? ¿hasta dónde la información que se maneja en un partido debe ser o no privilegio de los dirigentes?

Por otro lado, ¿cuál es el papel de las masas en la vida de los partidos políticos?, ¿puede confiarse a la sociedad o al electorado tareas partidarias como puede ser la promoción de simpatías a favor de candidatos en campañas políticas? ¿hasta dónde es confiable la información que proveen los participantes eventuales en campañas políticas, si no cuentan con los niveles de profesionalización requeridos?

En las circunstancias actuales de México los partidos políticos, pero específicamente el Revolucionario Institucional, debe plantearse nuevas fórmulas para la captación de simpatías hacia sus candidatos. Las RCP proveen una alternativa complementaria² pues amplían las zonas de influencia y potencian los recursos con que electoralmente se cuenta en una campaña determinada, al incorporar a su trabajo de promoción, segmentos numerosos de la población que por su trayectoria antipartidista o apolítica, normalmente no son tomados en cuenta.

También las RCP presentan una alternativa a la organización de campañas electorales porque ofrecen un foro de expresión libre y democrática tanto a los

² Un ejemplo práctico de la utilización de este tipo de redes fué la forma como llevó a cabo y organizó su campaña **Graco Ramírez** como candidato del PST en 1979. Ver: **Alonso, Jorge**. Crepitar de Banderas. Cuadernos de la Casa Chata, CIESA, 1984, pp190

candidatos como a los electores y porque cultivan la confianza interpersonal que requieren los votantes para determinar sus posiciones.

Al estar integradas las RCP por miembros cuya filiación es afectiva y no ideológica o de interés, normalmente demandan como intercambio, la satisfacción de incentivos de status o subjetivos, como pueden ser compartir información que se considera privilegiada o recibir ésta de primera mano, como una forma de reconocimiento.

Dado que los vínculos que se establecen sobre bases afectivas facilitan la participación política de ciudadanos comunes -pues les ayudan a vencer los obstáculos que representa la inseguridad proveniente de la falta de conocimiento o experiencia- se contribuye a promover la participación de segmentos tradicionalmente poco participativos, rescatando entre ellos a simpatizantes más o menos comprometidos dispuestos a llevar a cabo ciertas tareas de proselitismo que no representan mayores dificultades.

Desde el punto de vista del liderazgo, las Redes actúan en dos sentidos: de un lado permiten que los candidatos se fogueen expresando su pensamiento y manera personal de ver las cosas, sin temor a ser juzgados con la dureza que lo harían los militantes experimentados del partido y, de otro, impulsa el desarrollo de liderazgos de opinión, al proveer a sus integrantes de la información suficiente y oportuna que requieren para ejercer sus propios liderazgos y a sus vez recompensar sus necesidades de status y poder.

De acuerdo con los autores que se mencionan a lo largo de la tesis, los valores de los mexicanos de finales de milenio, los diálogos francos, la aceptación de errores, la definición de posiciones propias y la honestidad, son cualidades de los políticos que son altamente apreciadas. En ese sentido, las RCP se constituyen en herramientas para la expresión de las auténticas opiniones así como para la manifestación de las cualidades personales, más que políticas, propiciando la confianza necesaria para el fortalecimiento del liderazgo.

Finalmente, las RCP se apoyan en las ventajas que ofrece la comunicación oral sobre la de los medios de comunicación masiva, en cuanto a la posibilidad de cambiar la opinión de los electores en campañas políticas, precisamente por el carácter afectivo de sus integrantes, entre los que los maestros, los padres y los

amigos merecen el mayor respeto y por ende, son más susceptibles de influir en las preferencias electorales.

El método de trabajo seguido consistió en sistematizar los resultados que ha arrojado la observación de distintas campañas electorales en las que hemos participado y en hacer una revisión conceptual e histórica del papel de los partidos políticos en la actualidad, del Partido Revolucionario Institucional, de la situación mexicana al fin de Siglo, así como de los conceptos más relevantes en torno al comportamiento de los mexicanos en campañas electorales, vistos a partir de los valores que constituyen la base axiológica actual y de la comunicación masiva y personal y del liderazgo natural, como veremos más adelante

Los temas que comprende la tesina se presentan en seis capítulos más sus conclusiones. Así, en el primer capítulo se hace referencia a la discusión existente sobre la vigencia de los partidos políticos y los cambios sociales que presionan su actualización estructural, a fin de que continúen organizando las demandas de los ciudadanos.

En el segundo se hace un breve recorrido histórico del Partido Revolucionario Institucional, destacando los cambios más significativos que ha tenido y que posteriormente se vinculan con la necesidad de utilizar RCP, en virtud de que la propuesta de las redes va orientada principalmente a complementar y apuntalar el trabajo de ese instituto político, en cuanto a redimensionar su vinculación con los electores y la manera de hacer campañas.

El tercer capítulo lo constituye un breve análisis de la forma como los ciudadanos han transformado su participación política, haciendo especial referencia a la metamorfosis que ha tenido la clase media en México, a partir de los años setenta.

En el siguiente capítulo se abordan los valores más relevantes de los mexicanos de finales del milenio, asociados a la actividad político-organizativa, como una manera de resaltar la importancia que reviste para los partidos políticos, tomarlos en cuenta, si se quiere mejorar su relación con el electorado y reforzar la representatividad de ese tipo de organizaciones.

El quinto capítulo incluye una revisión de la comunicación política en la actualidad, referida al papel de los medios masivos de comunicación, la

importancia de la comunicación oral y de los líderes de opinión, destacando las ventajas que ofrece la comunicación tet a tet, en los cambios de opinión política y las consecuencias que tiene en los resultados electorales.

Con los elementos anteriores se procura elaborar un marco de referencia que sirva de base para caracterizar las redes de contacto personal, dentro de las páginas que comprende el capítulo sexto.

Para sustentar el papel de las Redes de Contacto Personal y mostrar sus alcances y limitaciones se hace referencia al trabajo desarrollado por la Red de Amigos de María de los Angeles Moreno, en su campaña como candidata del PRI a Senadora de la República por el DF, para el periodo 1994-2000.

Se concluye apuntando las ventajas que ofrece la utilización de este tipo de mecanismos en campañas político electorales, así como las que pueden ofrecer para ampliar la base de comunicación entre representantes y representados.

El ciudadano de los noventa, tanto en los países desarrollados como en aquéllos en proceso de modernización, rechaza la manipulación y la cesión de sus derechos y puntos de vista a favor de pequeños grupos, que constituidos por **profesionales de los partidos** (Panebianco, 1990), se erigen en auténticos expertos que se hacen indispensables en la toma de decisiones y dejan del lado las opiniones, demandas y necesidades de la base social de sus mismas organizaciones.

Es indudable que hasta la fecha los partidos políticos, definidos como organizaciones estables cuyo objetivo fundamental es la conquista y el ejercicio del poder, han jugado un papel determinante en la organización de las sociedades del último siglo, aglutinando amplios sectores de las mismas en torno a programas derivados de la ideología que pregonan y de los intereses de los grupos que representan, ejerciendo la **práxis política** por cauces legales, a través de procesos electorales más o menos democráticos.

La función que hasta hoy han desempeñado los partidos políticos en la lucha por el poder es la de realizar una **síntesis ideológica** en torno a la cual se organiza y participa el electorado (además de constituirse por un lado, en el cedazo para la selección de candidatos y formación de élites gobernantes, y por el otro, en instrumentos para determinar la política estatal, Panebianco, 1990). Una vez alcanzado el poder, su función se desplaza y se centra en ejercerlo,

(empleando los medios más adecuados para ello), hacia la determinación de las estrategias, las tácticas, la organización, la capacitación y la administración, la burocracia, los recursos financieros, etc.

Los partidos políticos han sido los agentes más importantes en la **transición a la democracia**, como es el caso de Italia, España y Portugal de acuerdo con Michele Próspero (1992). Sin embargo, en la actualidad el **ciudadano** está reivindicando su derecho a ser el protagonista central de su propio destino y consecuentemente rechaza las prácticas políticas que por muchos años pretendieron sustentar los partidos en el manejo de las masas, que lo condenaban al anonimato, como resultado de dichas prácticas.

El votante emite cada vez más su sufragio con base en sus aspiraciones personales, sus propias necesidades o gustos, sus afectos o inconformidades y no como miembro de una agrupación mayúscula que lo mantiene distante de sus vivencias personales y lo sujeta a interpretaciones de clase, programas o dogmas lejanos a su realidad: **es el hombre o la mujer el que vota, ya no el proletariado, el sindicalizado o la burguesía.**

Es en este marco que se sitúa y establece la discusión sobre la vigencia de los partidos políticos y se plantean interrogantes como las siguientes: **¿existe la posibilidad de construir la democracia sin la intervención de los partidos políticos?** o **¿es necesario construir esa democracia con partidos renovados?**

Frente a esos cuestionamientos, la revitalización de los partidos tradicionales es una tarea impostergable y está en la agenda de la democratización de las sociedades, pues ante la aparición de organizaciones civiles ajenas a las áreas de influencia de los partidos, como son las organizaciones no gubernamentales (ONG's) y frente a la concientización de los derechos ciudadanos, los organismos políticos tradicionales han visto reducida su efectividad e influencia, como diría José María Calderón (1992): "El partido de masas no parece constituir más el punto de referencia de la cultura política y de la formación de la ideología, en gran medida debido a lo que podríamos llamar 'el crecimiento de la sociedad civil'....(quien) ha desarrollado novedosas estructuras de solidaridad y de interés, que la han llevado a plantear movimientos socioculturales de gran potencial, algunos de los cuales compiten con los partidos políticos reconocidos legalmente o inclusive se presentan como alternativas frente a ellos"

Sin embargo, el panorama de los partidos políticos no parece tan negro si se toma en cuenta que su existencia no se contraponen con la conciencia ciudadana, sino que más bien plantea el reto de su adecuación a las circunstancias, a la vez que requiere de nuevas formas de actuación que los acerquen a las personas que pretenden representar, pero bajo un esquema de **respeto y convencimiento** y no de manipulación y supresión de su voluntad individual.

La práctica de ideologizar los partidos políticos ha caído en desuso, sobre todo la concepción que considera a la lucha de clases como el motor de la historia, por lo que las organizaciones políticas ya no pueden ostentarse como representantes de una clase o un estrato social. Por el contrario, se ven obligadas a reconocer el ascenso de agrupaciones minoritarias que exigen su derecho a ser tomadas en cuenta, así como a utilizar medios de expresión y participación que les permitan difundir sus ideas.

Esta nueva fórmula de acción democrática obliga a los partidos políticos a buscar mecanismos que incluyan en sus estructuras y planteamientos programáticos, al mayor número posible de fuerzas y organizaciones sociales, dejando de lado la rigidez de los esquemas clasistas y dirigiendo su convocatoria al **ciudadano** común, bajo esquemas de reconocimiento a la pluralidad y al disenso, precisamente en la búsqueda constante del consenso.

Ahora bien, en ese sentido se está produciendo un redimensionamiento del liderazgo y, con ello, de la necesidad de forjar auténticos líderes, que puedan ser el vínculo entre la pluralidad de la comunidad y la armonía y homogeneidad que requiere para su desarrollo. Puede decirse así que el papel de los líderes naturales se ve fortalecido, pues a medida que los partidos políticos dependan en menor medida de aparatos burocráticos que los ahogan y separan de su clientela, descansarán más en su acción multiplicadora, capacidad de convocatoria y movilización, de los dirigentes.

Es por estas razones que la identificación personal del dirigente con sus bases o representados cobra importancia, ya que su presencia tiende a ratificar la primacía del individuo sobre el anonimato de la masa, haciendo valer su carácter de dirigente ante los ciudadanos, en la medida en que responde a sus intereses y se expresa a través de los canales democráticos de participación. Se recobra así, la **dimensión humana** de las estructuras políticas de la sociedad.

Es en este contexto en el que se ubica el trabajo que expondremos en los siguientes capítulos, para responder a las características del México actual y más específicamente al desafío al que se enfrenta el Partido Revolucionario Institucional en los procesos electorales, debido a que la competencia electoral le exige, por un lado, la utilización cada vez más aguzada de cuadros experimentados, y por otro, el reto de incorporar a sus programas o sumar a sus simpatías numerosos ciudadanos independientes que sin tener filiación política o partidaria pueden adherirse a sus filas, en momentos determinados, otorgando por ejemplo, su voto, a favor de sus candidatos

El trabajo que se presenta cobra particular importancia ante los próximos comicios electorales y de manera especial para el PRI, debido a la pluralidad y multiplicidad de ofertas políticas con que cuenta la población. El PRI tiene el imperativo de ampliar sus bases de simpatía³ hacia sectores poco comprometidos, así como de rescatar para sí la preferencia de múltiples segmentos que han abandonado su tradición tricolor, como respuesta a la crisis del sistema, a los estereotipos de participación llevados a cabo por los miembros de ese Partido, por que son contrarios a la filiación corporativa, o simplemente por identificarse con los modelos vanguardistas de participación ciudadana.

³ Maurice Duverger (1969) plantea el reto que significa medir el número de simpatizantes de los partidos políticos, después de distinguirlos de los electores y los militantes. Las redes de contacto personal podrían contribuir a ello.

CAPÍTULO I.

CONSIDERACIONES EN TORNO A LOS PARTIDOS POLÍTICOS

Los partidos políticos son sin lugar a dudas sujetos sociales de alta importancia en la vida de las sociedades nacionales del último Siglo. Su evolución, historia, organización y trascendencia han sido estudiadas por numerosos autores con múltiples enfoques y argumentos. Su definición y concepción teórica, así como el papel que han jugado en el desarrollo de las naciones, son temas que han interesado a sociólogos, juristas, filósofos y políticos.

La investigación en torno a ellos es muy amplia pues comprende desde su organización y ordenamientos internos, sus relaciones con la sociedad, los tipos de partidos o de sistema de partidos, su democracia interna y financiamiento, así como la contribución de los partidos a la formación tanto de las sociedades nacionales como de la democracia de esas sociedades.

Los partidos políticos modernos se encuentran en la encrucijada que plantea su representación auténtica y democrática de una sociedad donde la población es cada vez más numerosa, más desconfiada de la capacidad que aún pueden tener los partidos para representarla e interpretar sus demandas; es una sociedad cada vez más capaz de organizarse para resolver las necesidades resultantes de la convivencia en un mundo urbano, densamente poblado, donde la movilidad social, económica y política parece reducirse; es también una ciudadanía con mayor capacidad para defenderse y presionar el sentido de los cambios conforme a sus ideales y no respecto de los intereses de las élites que conducen o dirigen los partidos políticos, mismas que se han generado como consecuencia de su actuación (Duverger 1969).

La penetración social de los partidos políticos en la actualidad es un hecho que se cuestiona, sobre todo el de los partidos de masas, pues parecen haber reducido su capacidad de movilización debido a la burocratización de sus estructuras y a la falta precisamente de legitimación de sus decisiones internas, pues ese tipo de partidos no parecen constituir ya el punto de referencia necesario entre los actores políticos, ni son tampoco quienes mayormente influyen en la cultura política o en la formación de la ideología.

Hacer patente la capacidad de los partidos políticos para continuar con su función integradora y aglutinadora de los intereses de una sociedad cada vez más diversa, compleja, informada, consciente, propositiva y activa es el reto al que deben enfrentarse los partidos, ya que han dejado de ser los únicos sujetos en condición de proponer problemas, agregar intereses y ofrecer la mediación y organización necesaria para facilitar soluciones adecuadas, aún cuando sean organismos que por el hecho de estar constituidos legalmente, podrían ofrecer mayores ventajas para la integración y cohesión sociales (José María Calderón Rodríguez, 1992).

Actualmente los partidos han de convivir con una sociedad cuyo despertar, crecimiento y fortalecimiento le han permitido desarrollar nuevas formas de comportamiento e interrelación para afrontar con éxito sus necesidades más urgentes, sobre todo las resultantes de emergencias para las que no están preparados los partidos políticos o para deslindar responsabilidades en situaciones en que los partidos políticos se ven impedidos de actuar, debido a múltiples intereses creados.

Recientemente la sociedad ha llevado a cabo movimientos socio culturales de gran potencial, algunos de los cuales compiten con la actuación de los partidos políticos, ya que ella ha aprendido a jerarquizar sus peticiones, a gestionar la solución de sus demandas y a consensar sus propuestas, dejando en entre dicho la posibilidad de atención inmediata y oportuna de los partidos..

En México el estudio de los partidos y de los procesos electorales ha venido a significar en una de las áreas de mayor interés para diversos actores sociales e inclusive para inversionistas nacionales y extranjeros, ya que la democratización de la vida nacional en todos los órdenes, ha sido uno de los requisitos para el ingreso de nuestro país a los mercados mundiales. La democracia y los partidos políticos se constituyen entonces en tópicos importantes de la agenda política nacional.

En México se han venido dando una serie de cambios en el terreno político, social y económico desde hace varias décadas, mismos que se han agudizado en los años más recientes, sobre todo a raíz de las crisis económicas que cíclicamente se han presentado después de 1980.

Esas crisis han desencadenado una serie de transformaciones en las estructuras de valores, en los comportamientos de los individuos y de los grupos, en las

relaciones que se dan entre las instituciones, los ciudadanos y el gobierno, a los que no son ajenos los partidos políticos ni el sistema de partidos, gracias a la conformación y fortalecimiento de una nueva cultura política que presiona la democratización de la sociedad.

Uno de los aspectos en que más se ha notado la presión de esas transformaciones es el perfeccionamiento de los procesos electorales, como una manera de perfeccionar también el ejercicio de la democracia. Junto con él, se ha ido logrando el diseño de mecanismos que faciliten la operación y constitución de auténticos partidos políticos que operen en condiciones de igualdad y equidad, para lograr una verdadera competencia electoral que propicie a la vez una representación democrática de los intereses sociales, es decir, se ha venido conformando un genuino sistema de partidos que obligará a ese tipo de instituciones a revisar no sólo sus formas de organización interna, sus estructuras o programas, sino a diseñar nuevos mecanismos para ampliar su penetración en la sociedad, tanto en períodos electorales como en épocas de abstinencia de votaciones.

Ese diseño habrá de contemplar tanto la capacidad de movilización, como la de convocatoria, pasando por la formación de auténticos líderes e interlocutores que garanticen a la sociedad la gestión de sus verdaderos intereses y convencan a los ciudadanos de que utilizar la medicación partidaria les brinda mayores ventajas.

Es en este punto donde cobra validez la tesina que se presenta pues plantea una alternativa tanto para la conformación de auténticos liderazgos como para implantar una nueva manera de relación entre los candidatos del PRI y los ciudadanos. La conformación de las Redes de Contacto Personal constituyen un mecanismo idóneo para lograr esos fines, pues al integrarse mediante filiacones afectivas y no ideológicas están en posibilidad de conseguir que los candidatos del PRI se vinculen con personajes provenientes de muy distintos segmentos sociales, con también muy distintos intereses y maneras de pensar, así como de confrontar sus ideas, de tal suerte que las RCP brindan también los medios necesarios para que los candidatos alimenten el conocimiento de la realidad que afecta a la población, adecuando con ello los programas a realizar, con los anhelos no solamente de sus militantes o de los sectores sociales afines a ellos sino inclusive de otros grupos.

Dado el mecanismo de operación de las RCP, los candidatos pueden llegar a núcleos de la población muchas veces no tomados en cuenta por ningún partido o grupo político, a gente que normalmente no expresa públicamente su posición política y que sin embargo si la expresa en las urnas. Esta posibilidad es una ventaja en cuanto a la competencia electoral se refiere pues brinda la posibilidad de acercarse a ese segmento de la población que cada día más define las elecciones y que normalmente se le reconoce como el sector indeciso, por cierto a quien de mejor manera podría llamarse sorpresivo.

1.1 : LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y LOS NUEVOS MOVIMIENTOS SOCIALES.

En las últimas décadas se han registrado no sólo en México sino en el mundo enteros cambios profundos que obligan a un replanteamiento de las relaciones entre la sociedad y el Estado, debido a la transformación que han provocado en las estructuras tradicionales de la sociedad, tanto la modernización como las tendencias globalizadoras, mismas que imponen nuevos paradigmas en el comportamiento y en el estudio de la propia sociedad.

Paralelamente y como resultado de esos cambios se han desarrollado nuevas formas de organización y participación social que introducen en el área de investigación del comportamiento social, nuevos temas para el análisis de esos estilos y mecanismos de interacción social y alternativas para la actividad política.

Una de las áreas en que se expresa con mayor intensidad el cambio social es en la organización política, en la que destacan novedosos mecanismos de participación. Tal es el caso de la relación existente entre los partidos políticos, las organizaciones y los ciudadanos, ya que éstos últimos cobran cada vez mayor relevancia, cuestionando severamente la actuación de esos partidos políticos, al operar al margen de sus agrupaciones.

Esta situación se observa claramente en la nueva actitud de los votantes, quienes con su voto presionan la transformación y adecuación de los partidos, a las modernas circunstancias.

Es precisamente en ese sentido que se ha desarrollado una amplia discusión sobre la vigencia de los partidos políticos como auténticos representantes de las mayorías, ya que como señalaba Michels en 1911, los **partidos de masas** no

son más una auténtica representación social y democrática, debido al sometimiento de los representados en favor del pensamiento unos cuantos líderes o dirigentes, que organizan y toman las decisiones de esos partidos, sin tomar en cuenta la opinión de sus bases.⁴

El ciudadano de los noventa, tanto en los países desarrollados como en aquéllos en proceso de modernización, rechaza la manipulación y la cesión de sus derechos y puntos de vista a favor de pequeños grupos, que constituidos por **profesionales de los partidos** (Panebianco, 1990), se erigen en auténticos expertos que se hacen indispensables en la toma de decisiones y dejan del lado las opiniones, demandas y necesidades de la base social de sus mismas organizaciones.

Es indudable que hasta la fecha los partidos políticos, definidos como organizaciones estables cuyo objetivo fundamental es la conquista y el ejercicio del poder, han jugado un papel determinante en la organización de las sociedades del último siglo, aglutinando amplios sectores de las mismas en torno a programas derivados de la ideología que pregonan y de los intereses de los grupos que representan, ejerciendo la **práxis política** por cauces legales, a través de procesos electorales más o menos democráticos.

La función que hasta hoy han desempeñado los partidos políticos en la lucha por el poder es la de realizar una **síntesis ideológica** en torno a la cual se organiza y participa el electorado (además de constituirse por un lado, en el cedazo para la selección de candidatos y formación de élites gobernantes, y por el otro, en instrumentos para determinar la política estatal, Panebianco, 1990). Una vez alcanzado el poder, su función se desplaza y se centra en ejercerlo, (empleando los medios más adecuados para ello), hacia la determinación de las estrategias, las tácticas, la organización, la capacitación y la administración, la burocracia, los recursos financieros, etc.

Los partidos políticos han sido los agentes más importantes en la **transición a la democracia**, como es el caso de Italia, España y Portugal de acuerdo con Michele Próspero (1992). Sin embargo, en la actualidad el **ciudadano** está

⁴. La literatura sobre este tema es muy amplia y variada. En ella destaca la discusión acerca de la democracia interna de los partidos de masas así como el papel que juegan los partidos políticos en las sociedades democráticas. Nosotros creemos que las RCP podrían contribuir a ampliar la comunicación de los partidos políticos al mayor número posible de personas y a la vez a la democratizarlos.

reivindicando su derecho a ser el protagonista central de su propio destino y consecuentemente rechaza las prácticas políticas que por muchos años pretendieron sustentar los partidos en el manejo de las masas, que lo condenaban al anonimato, como resultado de dichas prácticas.

El votante emite cada vez más su sufragio con base en sus aspiraciones personales, sus propias necesidades o gustos, sus afectos o inconformidades y no como miembro de una agrupación mayúscula que lo mantiene distante de sus vivencias personales y lo sujeta a interpretaciones de clase, programas o dogmas lejanos a su realidad: **es el hombre o la mujer el que vota, ya no el proletariado, el sindicalizado o la burguesía.**

Es en este marco que se sitúa y establece la discusión sobre la vigencia de los partidos políticos y se plantean interrogantes como las siguientes: **¿existe la posibilidad de construir la democracia sin la intervención de los partidos políticos?** o **¿es necesario construir esa democracia con partidos renovados?**

Frente a esos cuestionamientos, la revitalización de los partidos tradicionales es una tarea impostergable y está en la agenda de la democratización de las sociedades, pues ante la aparición de organizaciones civiles ajenas a las áreas de influencia de los partidos, como son las organizaciones no gubernamentales (ONG's) y frente a la concientización de los derechos ciudadanos, los organismos políticos tradicionales han visto reducida su efectividad e influencia, como diría José María Calderón (1992): "El partido de masas no parece constituir más el punto de referencia de la cultura política y de la formación de la ideología, en gran medida debido a lo que podríamos llamar 'el crecimiento de la sociedad civil'.....(quien) ha desarrollado novedosas estructuras de solidaridad y de interés, que la han llevado a plantear movimientos socioculturales de gran potencial, algunos de los cuales compiten con los partidos políticos reconocidos legalmente o inclusive se presentan como alternativas frente a ellos"

Sin embargo, el panorama de los partidos políticos no parece tan negro si se toma en cuenta que su existencia no se contraponen con la conciencia ciudadana, sino que más bien plantea el reto de su adecuación a las circunstancias, a la vez que requiere de nuevas formas de actuación que los acerquen a las personas que pretenden representar, pero bajo un esquema de **respeto y convencimiento** y no de manipulación y supresión de su voluntad individual.

La práctica de ideologizar los partidos políticos ha caído en desuso, sobre todo la concepción que considera a la lucha de clases como el motor de la historia, por lo que las organizaciones políticas ya no pueden ostentarse como representantes de una clase o un estrato social. Por el contrario, se ven obligadas a reconocer el ascenso de agrupaciones minoritarias que exigen su derecho a ser tomadas en cuenta, así como a utilizar medios de expresión y participación que les permitan difundir sus ideas.

Esta nueva fórmula de acción democrática obliga a los partidos políticos a buscar mecanismos que incluyan en sus estructuras y planteamientos programáticos, al mayor número posible de fuerzas y organizaciones sociales, dejando de lado la rigidez de los esquemas clasistas y dirigiendo su convocatoria al **ciudadano** común, bajo esquemas de reconocimiento a la pluralidad y al disenso, precisamente en la búsqueda constante del consenso.

Ahora bien, en ese sentido se está produciendo un redimensionamiento del liderazgo y, con ello, de la necesidad de forjar auténticos líderes, que puedan ser el vínculo entre la pluralidad de la comunidad y la armonía y homogeneidad que requiere para su desarrollo. Puede decirse así que el papel de los líderes naturales se ve fortalecido, pues a medida que los partidos políticos dependan en menor medida de aparatos burocráticos que los ahogan y separan de su clientela, descansarán más en su acción multiplicadora, capacidad de convocatoria y movilización, de los dirigentes.

Es por estas razones que la identificación personal del dirigente con sus bases o representados cobra importancia, ya que su presencia tiende a ratificar la primacía del individuo sobre el anonimato de la masa, haciendo valer su carácter de dirigente ante los ciudadanos, en la medida en que responde a sus intereses y se expresa a través de los canales democráticos de participación. Se recobra así, la **dimensión humana** de las estructuras políticas de la sociedad.

Es en este contexto en el que se ubica el trabajo que expondremos en los siguientes capítulos, para responder a las características del México actual y más específicamente al desafío al que se enfrenta el Partido Revolucionario Institucional en los procesos electorales, debido a que la competencia electoral le exige, por un lado, la utilización cada vez más aguzada de cuadros experimentados, y por otro, el reto de incorporar a sus programas o sumar a sus simpatías numerosos ciudadanos independientes que sin tener filiación política

o partidaria pueden adherirse a sus filas, en momentos determinados, otorgando por ejemplo, su voto, a favor de sus candidatos

El trabajo que se presenta cobra particular importancia ante los próximos comicios electorales y de manera especial para el PRI, debido a la pluralidad y multiplicidad de ofertas políticas con que cuenta la población. El PRI tiene el imperativo de ampliar sus bases de simpatía³ hacia sectores poco comprometidos, así como de rescatar para sí la preferencia de múltiples segmentos que han abandonado su tradición tricolor, como respuesta a la crisis del sistema, a los estereotipos de participación llevados a cabo por los miembros de ese Partido, por que son contrarios a la filiación corporativa, o simplemente por identificarse con los modelos vanguardistas de participación ciudadana.

³ **Maurice Duverger** (1969) plantea el reto que significa medir el número de simpatizantes de los partidos políticos, después de distinguirlos de los electores y los militantes. Las redes de contacto personal podrían contribuir a ello.

CAPÍTULO 2:

LAS TRANSFORMACIONES DEL PRI, A LO LARGO DE SU HISTORIA

Con el propósito de contextualizar la propuesta que se hace en esta tesina se exponen brevemente algunos de los rasgos que nos parecen más destacados en el proceso de formación y evolución del Partido Revolucionario Institucional (PRI), a fin de señalar los aspectos que a nuestro juicio han llevado a la crisis de ese partido y conformar, consecuentemente, los elementos que sirvan para fundamentar la utilización de las Redes de Contacto Personal en campañas electorales, ya que su operación se hace cada vez más necesaria, ante las situaciones de alta competencia electoral que vive el país.

2.1 El Partido Nacional Revolucionario.

Su creación en 1929 bajo el nombre de Partido Nacional Revolucionario (PNR) obedeció a la necesidad de brindar al país la paz que requería para iniciar un nuevo camino de crecimiento y bienestar, después de una violenta lucha revolucionaria que mantenía a los mexicanos extenuados política, económica y socialmente, así como de coordinar las demandas específicas de los grupos que conformaban la República Mexicana.

Para el Presidente Calles revestía primordial importancia la representación en las Cámaras de todas las corrientes y grupos con intereses legítimos, con el propósito de satisfacer de mejor manera las necesidades nacionales, según declaró en su informe de gobierno ante el Congreso de la Unión el 1° de septiembre de 1928(FNOO, 1994). Es decir, cuando se agruparan las fuerzas revolucionarias en un sólo organismo, garantizando con ello la transmisión pacífica del poder. Después de este anuncio, el 4 de marzo de 1929 se constituyó en el Teatro de la República de Querétaro, el PNR, bajo el lema "Instituciones y Reforma Social".

En ese momento se requería la unificación de los organismos y facciones llamadas revolucionarias, para consolidar un proyecto de nación e iniciar la urgente recuperación económica que exigían las circunstancias. El nuevo instituto político representó un pacto entre todos los caudillos revolucionarios,

para dejar atrás una vida de incertidumbre y desestabilización que había provocado la lucha armada.

Con su creación se pretendía combatir la dispersión de grupos y fuerzas políticas, a fin de proponer y proyectar programas de larga duración en torno a los que se aglutinaria la gente y no en torno a caudillos o personalidades, como sucedía entonces. Había que sistematizar las demandas de los distintos sectores que participaron en la gesta revolucionaria y organizar de manera pacífica la transmisión del poder. Se necesitaba en última instancia, lograr la legitimidad necesaria para poder gobernar.

Émerge así el PNR como la institución más importante del sistema político de esa época, ya que una vez alcanzado el poder, logró mantenerse en él hasta nuestros días, (si tomamos en cuenta sus transformaciones), dándole a nuestro país una era de estabilidad y paz sociales, gracias a una muy particular manera de concertación política en el seno de las facciones o grupos que lo han integrado, así como a los mecanismos de cooptación de la disidencia, que funcionaron aceitadamente hasta hace aproximadamente veinte años.

En sus inicios el Partido estuvo dominado por Plutarco Elías Calles, llamado por sus seguidores "Caudillo y Jefe Máximo de la Revolución", quien durante su maximato ejerció el poder más allá de sus facultades constitucionales, al designar a sus sucesores, imprimiendo con ello un sello característico del sistema presidencialista que hasta hoy forma parte de nuestra cultura política y es comúnmente conocido como "dedazo".

Los postulados a los que aludía el PNR se referían en primera instancia a aceptar de manera irrestricta el sistema democrático y la forma de gobierno señalados por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como a luchar permanentemente por alcanzar la estabilidad de los gobiernos emanados de la Revolución Mexicana, teniendo como premisa la libertad del sufragio.

El PNR realizaría sus programas bajo una concepción de lucha de clases, buscando el progreso material y cultural del pueblo de México para emanciparlo de la subordinación a que estaba sujeto. Defendía con ahínco los contenidos de los artículos 27 y 123 constitucionales, reconociendo en la clase trabajadora el factor social más importante para el desarrollo del país. Dentro de su programa se comprometía a velar por el interés colectivo, por encima de

los intereses individuales, a impulsar el desarrollo industrial con capitales nacionales y no extranjeros, así como a postular la soberanía nacional como base de la política internacional del país (FNOC,1994).

La base organizativa del PNR se fincó en la autonomía completa de los asuntos internos de las agrupaciones y asociaciones incorporadas a él, así como en la filiación automática de los miembros de esas organizaciones, a alguno de los sectores que integraban ese partido, sin consulta previa y sólo por el hecho de pertenecer a alguna de ellas; excepto los militares, cuya filiación fue individual (Furtak, 1974).

En los años que estuvo vigente ese partido tuvo como principales resultados el haber sumado a la lucha institucional a los partidos regionales y locales y haberlos sometido a las decisiones emanadas de la dirigencia nacional del propio PNR., Además, haber logrado la realización de dos sucesiones presidenciales sin rupturas, dando al país estabilidad para su desarrollo. Sin embargo, la incorporación de las masas aún no había sido posible, entre otras cosas, debido a las políticas gubernamentales sostenidas e impulsadas por los gobiernos del maximato para contrarrestar los efectos de la crisis económica de 1929.

2.2 El Partido de la Revolución Mexicana.

"Si el PNR había organizado a los grupos revolucionarios para que actuaran en política dentro de los cauces institucionales, no pudiendo por cierto dejar de funcionar como un partido de cuadros, el PRM se encargaría de hacer lo propio con las masas, para brindarle a los gobiernos de la Revolución Mexicana, el respaldo social que requerían" (Frente Nacional de Organizaciones y Ciudadanos, 1994).

Para cumplir con ese propósito el PRM introdujo a los militares dentro de su estructura, además de organizarse por sectores: Obrero, Campesino, Popular y Militar. Con ellos quedaron representados la mayoría de los segmentos sociales que participaban en las actividades políticas de ese período histórico, se garantizó la defensa de los intereses de esos grupos y se amplió considerablemente la base social de ese Partido.

Así, en 1938, durante el periodo del Presidente Lázaro Cárdenas se transformó el PNR en el Partido de la Revolución Mexicana (PRM), el cual señalaba en su

declaración de principios a la lucha de clases como parte inherente al sistema capitalista, por lo que habría de desplegar una gran lucha por el establecimiento de una democracia de los trabajadores y así llegar al socialismo, por la colectivización de la agricultura, el apoyo a la clase obrera y el derecho de huelga, el combate contra el fascismo o cualquier otra forma de opresión. Estableció la intervención del Estado en la economía, la imposición de un programa educativo socialista en las escuelas públicas y particulares, la no intervención y la autodeterminación de los pueblos, como principios rectores del derecho internacional, la igualdad político-social de la mujer, la garantía de libertad para los indígenas, seguridad social, el control de los precios y el fomento a la construcción de habitaciones populares.

En esta etapa se van conformando los rasgos característicos del corporativismo. En ese sentido, el 25 de enero de 1930 el Presidente Emilio Portes Gil expidió un decreto que fijaba a los empleados públicos la obligación de cooperar al sostenimiento del PNR con una pequeña parte de sus salarios y, en 1931, ese mismo partido declaró que cualquier trabajador, por el simple hecho de pertenecer a un sindicato revolucionario o a una liga de comunidades agrarias, sería considerado como miembro nominal de esa organización.

El corporativismo sienta sus bases en México con la creación de la Confederación de Trabajadores de México (CTM) en 1936 y con la constitución de la Confederación Nacional Campesina (CNC) en 1938.

Debido a la radicalización de los principios del PRM y al fortalecimiento de sus centrales gremiales, especialmente la CTM y la CNC, en el país se provocaron movimientos de reacción que originaron el agrupamiento de fuerzas opositoras como la Unión Nacional Sinarquista y el Partido Acción Nacional.

La oposición presentada por los grupos disidentes desencadenó unas turbulentas elecciones donde finalmente resultó electo en 1940 el General Manuel Ávila Camacho, contra el General Juan Andrew Almazán. Como resultado de lo riesgoso que había resultado ese proceso electoral se suprimió al sector militar del PRM, por considerarse inconveniente su existencia, al corroborar que en su seno todavía existían gérmenes de caudillismo y comprender que la política partidista ponía en riesgo la unidad revolucionaria que requería el país. Así, el once de diciembre de ese año, el General Ávila Camacho dictó un acuerdo que prohibía a los miembros de las fuerzas armadas participar en política activa, sin demérito de sus derechos ciudadanos. Con ese

acuerdo se terminó la etapa de los militares en el poder y se inició la de los gobiernos civiles.

Durante la presidencia del Gral. Ávila Camacho el PRM modernizó su estructura organizativa para adecuar sus acciones al nuevo proyecto económico y a un escenario internacional distinto. En primer término, a partir de este régimen las dirigencias de este instituto político fueron sexenales, se buscó la reconciliación de los grupos que habían abandonando al partido como resultado de la política cardenista, entre los que figuraron los callistas y los almazanistas; se incorporó a las clases medias y populares en el seno de esa organización, mismas que habían nutrido la candidatura presidencial del propio Almazán y al mismo tiempo se reestructuró el sector popular del partido, constituyéndose el 28 de febrero de 1943, la Confederación Nacional de Organizaciones Populares (CNOP).

En la CNOP se agruparon comerciantes e industriales en pequeña escala, artesanos, empleados públicos y privados, profesionales, estudiantes, mujeres, jóvenes y grupos de diversa índole que por eliminación no pertenecían a los sectores obrero y campesino y que básicamente conformaban segmentos de la clase media. De acuerdo con el Lic. Antonio Villalobos, entonces Presidente del PRM, la incorporación de la clase media y popular a las filas del PRI obedeció a que: "Algo faltaba en la familia revolucionaria... pues en nuestras filas notábamos el vacío que era necesario llenar... Habíamos olvidado a la clase media y a diversas ramas del proletariado, cuyo derecho al disfrute... y al bienestar social, es indiscutible, ... no sólo por su esfuerzo personal, sino por la virtud de haber participado en la Revolución Mexicana..." (ICAP, 1993)

Así, a pesar de que el PRM vivió una etapa de estabilidad, la experiencia aleccionadora de los comicios de 1940 y la centralización de los procesos electorales estipulada por la Ley Federal Electoral de 1946 (en la que instituyeron la Comisión Federal de Vigilancia Electoral y el Consejo del Padrón Electoral, condicionando a los partidos a registrarse ante la Secretaría de Gobernación y a tener en cuenta que solamente podrían obtener su registro los partidos con cobertura nacional), aconsejaron a la directiva de ese partido, realizar un nuevo cambio estructural en su seno.

⁶ En ese estudio se documenta ampliamente la historia de este organismo.

2.3 Partido Revolucionario Institucional.

Durante el régimen del Miguel Alemán, el 18 de enero de 1946, se creó el Partido Revolucionario Institucional (PRI) con el lema "Democracia y Justicia Social". Este Partido hizo suyos algunos de los postulados del antiguo PRM, aunque eliminó toda alusión al socialismo, aceptó la colaboración de las clases sociales y permitió con ello una composición heterogénea de su militancia.

El cambio más radical que se realizó en el Partido en esa época, se señalaba en el segundo artículo de sus estatutos, donde se retiró a las organizaciones gremiales (CNC, CTM y CNOP) la capacidad de escoger por sí mismas a sus candidatos, centrando ésta función en los órganos directivos del Comité Nacional.

El desplazamiento del poder específico de los tres sectores hacia el Comité Central Ejecutivo, así como la política económica del Presidente Miguel Alemán que se alejaba de los principios populares de la Revolución Mexicana, produjeron la separación de grupos como el de Vicente Lombardo Toledano, que constituyó entonces el Partido Popular, con el apoyo de varios sindicatos.

Lo que distinguió al PRI del PRM fue su carácter pluriclasista así como la subordinación o dependencia en materia política de los sectores que lo integraban (CNC, CNOP,CTM), aunque conservaban su autonomía para realizar los fines concretos de sus organizaciones y la unidad absoluta de los grupos revolucionarios.

Durante las décadas siguientes el país entró en una etapa de desarrollo, estabilización, urbanización, industrialización y ampliación de la estructura burocrática que abarcaría hasta 1970 y en la que el Partido gobernó sin mayores dificultades. Más aún, en ese tiempo, se llegó a hablar del "**milagro mexicano**" por el crecimiento de la economía, el desarrollo industrial y un mejoramiento en el nivel de vida de los mexicanos, sobre todo de la clase media, que creció al amparo de un **estado benefactor** cada vez más grande y fuerte. El modelo económico seguido entonces por los gobiernos de la época, fue conocido como "**desarrollo estabilizador**" e implicó una política de sustitución de importaciones para proteger la planta productiva nacional.

El Estado dejó sentir su presencia en todos los ámbitos de la vida nacional, se asumió como el motor del desarrollo y el baluarte de la vida democrática del país, al tanto que el PRI llegó a confundirse con el Estado. De acuerdo con Pablo González Casanova (1983), en la sociedad mexicana de entonces había una especie de cultura política ampliamente extendida en que la sociedad civil hablaba el lenguaje oficial y participaba de los mitos nacionales del propio Estado.

En su momento el esquema de control político establecido tuvo su razón de ser en una sociedad básicamente rural, poco instruida y no muy diversificada, ansiosa de estabilidad y justicia social, que aceptó un gobierno paternalista cuyos principios fundamentales se orientaban a ampliar las bases del bienestar social.

Así, la vida del PRI puede agruparse en tres grandes etapas: de 1946 a 1970 en la que se sucede el período de crecimiento económico sostenido denominado "desarrollo estabilizador", de 1970 a 1988 en el que hace acto de presencia la crisis de representatividad del propio PRI y de legitimidad del sistema, caracterizándose por la explosión del "68" y las consecuentes reformas electorales que fortalecen la participación de la oposición en el escenario electoral del país y, de 1988 a la fecha, que se identifica con la competencia electoral y la crisis de credibilidad hacia el sistema político prevaleciente, el gobierno, sus gobernantes y el partido en el poder.

2.3.1 Adecuaciones formales del PRI a las circunstancias sociopolíticas modernas.

Los documentos básicos del PRI: **Declaración de Principios, Programa de Acción y Estatutos**, que rigen su comportamiento, han tenido diversos cambios desde su creación, respondiendo a los tiempos y circunstancias históricas, a los intereses de las coaliciones dominantes y al desafío que le imponen tanto las demandas sociales, como el proyecto económico nacional.

⁷ Sobre este tema de las etapas por las que ha atravesado el PRI, Carlos López Benítez (1994), de acuerdo con la teoría de los partidos políticos y siguiendo a Panebianco, establece tres fases de evolución del "partido gobernante": partido carismático, de 1929 a 1938; partido semi-institucionalizado de 1938 a 1946; y partidoprofesional burocrático fuertemente institucionalizado, de 1946 a la fecha.

Hasta la fecha se han celebrado diez y siete asambleas, la última recientemente del 19 al 21 de septiembre de 1996. Pero para los fines que nos ocupan, cobran relevancia los cambios ocurridos tanto en la XIV como en la propia XVII Asambleas.

En el año de 1990, bajo la presidencia de Luis Donaldo Colosio Murrieta, se realizó la Décimo Cuarta Asamblea, representando uno de los capítulos fundamentales del proceso de modernización y transformación del Partido. Ahí convergieron los planteamientos formulados a lo largo de casi dos años de consultas, trabajo, análisis, reflexión y debate, que finalmente fueron aprobados e incorporados a los documentos básicos, pero que de hecho recogieron las demandas sentidas desde mucho tiempo atrás por la militancia priista.

El propósito fundamental de esa Asamblea fue el de **reformar al Partido** para responder a una sociedad cada vez más exigente y plural, así como a un contexto político de mayor competencia, por lo que entre los grandes cambios aprobados sobresale la conformación de un partido integrado no solamente por sectores y organizaciones, sino también por **ciudadanos**, en el que se distingue y fortalece la presencia **territorial**, al hacerse ésta más dinámica.(FNOC, 1994).

Después de varias décadas de ser un partido de organizaciones, en el marco de la XIV Asamblea se reconoce al **ciudadano como el nuevo protagonista de la vida contemporánea**, lo que constituyó un paso trascendental en la concepción de ese instituto político. La definición del PRI como un partido de sectores, organizaciones y ciudadanos, expresa la intención de fortalecer su influencia entre las organizaciones tradicionales y al mismo tiempo abrirse a las nuevas iniciativas de la sociedad civil, a sus agrupaciones y movimientos.

El actor fundamental de esa transformación fue el sector popular, siendo el más dinámico, heterogéneo y disperso. A partir de entonces la CNOP se transformó en UNE, **Ciudadanos en Movimiento**, organización que percibía la movilidad de la sociedad y sus formas actuales de participación y aglutinamiento. Su concepción se desprendió de un estudio encomendado a priistas del círculo colosista*, que reflejó una enorme actuación social en un sin número de organizaciones de todo tipo, que para la sorpresa del PRI, no estaban incorporadas a él ni a otros partidos políticos.

*Investigación no publicada de la cual contamos con la reproducción de alguna de sus partes.

En ella se observaron nuevos reclamos sociales en torno al impulso de novedosos estilos en la forma de gobierno, más espacios y mayores libertades de actuación, mayor independencia, discursos de actualidad, nuevas formas de comunicación y otros tópicos de interés que sin contravenir su ideología, no estaban incorporados a los proyectos del PRI. En ese estudio -encargado a un grupo de especialistas vinculado al círculo colosista-, se observó con claridad que la sociedad no priísta se estaba moviendo en direcciones y formas de organización que no se conocían en el seno de ese Partido y mucho menos habían sido tomadas en cuenta. Diversos directorios como el de Organizaciones Civiles de la Secretaría de Gobernación (1994) y el de la Junta de Asistencia Privada, que ennumeran múltiples organizaciones filantrópicas, asistenciales, ciudadanas, etc. son un ejemplo de ello.

Esta propuesta ciudadana no fue entendida cabalmente dentro de las filas del Partido, realizándose una combinación entre viejas formas de organización y los nuevos estilos de la sociedad moderna. La propuesta de UNF tendía a permitir que sus agremiados se desplazaran en la sociedad a través de distintas organizaciones, de tal forma que pudieran permear los segmentos de la población que han venido emergiendo recientemente, como son los grupos vecinales, de derechos humanos, ambientalistas, etc. y no solamente a los que tradicionalmente han estado incorporados a él.

Para concluir este apartado debemos señalar la importancia de comprender que una misma persona puede desempeñar simultáneamente distintos roles: ciudadano, consumidor, vecino, paisano, trabajador, compañero, alumno, minusválido, o miembro de un colegio de profesionales, etc., y conjugar esos papeles con los desempeñados en el seno de los gremios priístas, incorporando con ello más cabalmente las necesidades y expectativas no sólo de los afiliados al Partido, sino también, las de sus simpatizantes. Se quería captar una sociedad en constante cambio y movimiento.

2.3.2 Transformación de los órganos de dirección.

Un aspecto de vital importancia ocurrido en la XIV Asamblea fue la transformación del antiguo Consejo Nacional del Partido, encargado de tomar las decisiones más relevantes de ese Instituto de manera centralizada desde la época de Alemán, en Consejo Político Nacional (CPN).

El CPN se instituyó como un órgano de dirección política, plural y colegiado en el que la representación territorial y sectorial sería paritaria. Se conformaba por presidentes de los comités directivos estatales y de los comités de los municipios de mayor población, coordinadores de las legislaturas federal, locales y del D.F., miembros de la entonces Asamblea de Representantes, cuadros distinguidos del Partido, dirigentes de los sectores obrero, campesino y popular, representantes de las organizaciones femeniles y juveniles y por miembros de la Coordinación de la Unidad Revolucionaria. En los estados y municipios habrían de constituirse Consejos Políticos Estatales y Municipales, cuyo número de integrantes se ajustaría a las características de cada entidad.

Finalmente, otro cambio que distinguió a la XIV Asamblea fué el reconocimiento a la carrera de partido para la selección de dirigentes y candidatos, manifestando así los militantes su oposición a los advenedizos y a las decisiones hegemónicas, incluyendo en ellas al comúnmente llamado "dedazo" y al centralismo que limita la capacidad de decisión de los estados. También en esa Asamblea se crearon por primera vez el Programa Anual de Financiamiento, el Sistema Nacional de Cuotas y el Plan Nacional Electoral.

En la más reciente Asamblea, la XVII, con la finalidad de conservar la credibilidad de sus propios militantes, se retoman postulados fundamentales ya inscritos en la XIV, esto es, reconocer el ejercicio de la militancia como requisito fundamental para asumir la dirigencia o candidaturas del PRI, a cargos de elección popular, estableciéndose así los primeros candados para evitar la continuidad de la tecnocracia.

Esos cambios, aunque válidos, no han sido suficientes. México se ha transformado y también la militancia del PRI.

2.3.3 La doble estructura interna del partido: lo sectorial y lo ciudadano.

Carlos Sirvent (1994) analiza este tema y plantea que el PRI ha tenido un largo debate sobre la doble estructura interna de su organización, la de carácter sectorial y la de carácter ciudadano, mismas que han sido establecidas desde su inicio como formas de afiliación.

Siendo que el Partido se constituyó sobre una amplia coalición de partidos y de organizaciones regionales, se estructuró en una federación de organizaciones partidistas o un partido integrado por pequeños partidos regionales en los que

las decisiones para procesos de selección de candidatos se realizaban a través de convenciones con representación de dichas organizaciones. En 1933 se modificaron sus estatutos, declarando disueltos los partidos y organizaciones regionales y dejando la representación de las entidades federativas, al PNR.

En el **Manifiesto a la Nación** emitido en 1937 por Cárdenas, se señala la necesidad de adaptar la estructura del Partido a los procesos de los movimientos obrero, campesino, popular y militar, dando lugar el siguiente año, con la constitución del PRM y al establecimiento de los **cuatro sectores**. En ese tiempo, para ser miembro del Partido se requería formar parte de la estructura sectorial. La selección de candidatos se llevaba a cabo por la denominada "democracia funcional", que consistía en la asignación de posiciones a través de los sectores, buscando equilibrio y armonía entre ellos.

De acuerdo con el propio Sirvent Gutiérrez el debate sobre la selección interna de candidatos, el papel de los sectores y la subordinación de la militancia individual a la colectiva, es un tema que ha ido y venido en las discusiones de las diversas asambleas en que se han reformado los estatutos. Con la creación del PRI en 1946, la elección de candidatos a puestos de elección popular se haría aplicando el sistema democrático constitucional a través del voto individual, en asambleas formadas por representantes o delegados elegidos en cada distrito electoral. Apenas tres años más tarde se volvieron a reformar los estatutos para que los candidatos fueran electos en asambleas, pero por delegados designados por los sectores agrario, obrero y popular.

El debate sobre la selección de candidatos, así como la relación entre las formas de organización sectorial y ciudadana, ha estado presente a lo largo de la historia del Partido, experimentando varias formas de participación interna.

En épocas recientes se advierte en el seno de la organización interna del PRI, una fuerte inquietud y una búsqueda permanente de transformación, sin duda alguna, obligada por los cambios de la sociedad.

De 1946 a nuestros días se han registrado cambios tanto a nivel social como internacional: el crecimiento demográfico es tan sólo uno de los factores que explicarían por sí mismos esas transformaciones, debido a las presiones que ejerce sobre la planta productiva, la educación, los asentamientos humanos, la vivienda y otros elementos que han demandado esos cambios.

No es lo mismo representar una sociedad de cuarenta millones de habitantes, que una de noventa millones. Necesariamente la diversidad de modos de pensar derivados de los distintos niveles de desarrollo de cada estado, región o localidad, hacen una gran diferencia. Tampoco es lo mismo una comunidad rural que una urbana, ni mucho menos una ciudad que una megalópolis. Los niveles de información y actualización de los problemas que dejan de ser locales para convertirse en regionales, nacionales o mundiales, generan desde luego, posiciones distintas en su interpretación y asimilación.

En suma, el PRI debería tener más en cuenta la formación de una nueva cultura política que ha venido desarrollándose en México, gracias no solamente a las condiciones cambiantes de la estructura social y económica del país, sino también y de manera muy importante a la educación y al impulso y generalización universal de los valores democráticos⁹.

Carlos Sirvent señala tres de los cambios más importantes que ha tenido la sociedad mexicana y que han modificado su relación con el PRI, así como la influencia que éste ha ejercido en ella:

a) El carácter eminentemente rural del país, que determinaba el perfil del electorado del PRI, ha venido cambiando de acuerdo con el crecimiento del país, dejando fuera a nuevos sectores que caracterizan a la sociedad urbana. El país creció y el PRI también, **pero en menor medida**, es decir que no se ha ajustado suficientemente a las demandas actuales de la sociedad.

Además, con la incipiente apertura política que durante la década de los setentas favoreció al pluralismo, los partidos políticos de oposición concentraron su atención en las regiones con mayor rendimiento electoral, que son aquellas de mayor concentración de ciudadanos y, por consiguiente, de carácter urbano.

b) El segundo hecho es que el PRI nació apoyado en un gran aparato estatal de carácter proteccionista, que se ocupaba del desarrollo nacional y en el que internamente se realizaban las negociaciones de la base social, apoyándose en la política de masas y en una amplísima actividad gubernamental que favorecía la vinculación entre el partido y las mayorías.

⁹ Carlos Sirvent Gutiérrez (1994) desarrolla este tema de la nueva cultura política vinculado al de las transiciones democráticas.

c) Con la crisis económica y social de los ochenta, se inició la **Reforma del Estado**, reduciéndose el aparato burocrático y redefiniendo su relación con la sociedad. Al comprimirse, se modificaron las clientelas electorales y la mentalidad proteccionista a grandes sectores, formulándose con ello nuevas alianzas. la dispersión del voto y la descomposición del electorado tradicional del PRI.

Desde entonces, los partidos viven una gran movilidad entre sus afiliados, reflejada no sólo en los desprendimientos o separación de sus filas que han protagonizado distintos grupos, sino en el perfil menos ortodoxo de sus nuevos miembros. De acuerdo con esa interpretación, el PRI tendría ante sí una ciudadanía más volátil que en el pasado, que ya no obedece únicamente a intereses y organizaciones derivadas del lugar de trabajo y probablemente no organiza sus demandas principales en los espacios que le ofrece el Partido. Entre otras razones, porque sus problemas se determinan en la vida cotidiana, en el espacio definido por el lugar de habitación y del territorio, que el PRI descuidó, concluye Sirvent en el ensayo que anotamos.

Para complementar estos aspectos podríamos comentar los apuntes de Carlos López Benítez (1994) en donde señala cómo los momentos más interesantes de la liberalización política en el país se suceden entre 1977 y 1987, bajo el peligro de una severa crisis política organizada desde el movimiento estudiantil de 1968, los cuales tienen como resultado el establecimiento de una reforma política con la intención de legitimar su posición y la del PRI en el año de 1977 y para la cual Miguel De La Madrid resuelve dar continuidad, reformando el Código Federal Electoral en 1987. Sin lugar a dudas las elecciones de 1988 fueron también un momento crítico para la vida política del país, pues ellas se desprendieron de un grave deterioro del clima político, ocasionado por el desgaste de las relaciones entre los partidos políticos y el PRI a partir de 1988, por la crisis existente en el seno de la coalición política dominante del país, al constituirse la Corriente Democrática, la cual exigía la auscultación interna del partido para elegir candidato a la presidencia de la República, además de la falta de credibilidad en el sistema y los resultados electorales, situaciones que culminaron con la principal disidencia que se haya registrado en el PRI y que dio lugar a la conformación del Frente Democrático Nacional con las principales corrientes y partidos democráticos del país.

Desde el punto de vista de la teoría de los partidos políticos, dice López Hernández (1994), en esa época se suceden en el país una serie de cambios en el papel que juegan los partidos, pues se llega a una fase de **pluralismo polarizado** en donde los partidos se vuelven antisistema al llevar la lucha hacia los extremos de izquierda y derecha, no hacia el PRI sino contra el régimen: el sistema se vuelve **multipolar** porque la derecha como la izquierda se enfrentan con el centro, dejando al PRI carente de control al transferir su función controladora a los órganos de calificación electoral, descubriendo así la profundidad de las fisuras habidas en el sistema, ya que el consenso era muy escaso al ser muchos los que ponían en duda la legitimidad del sistema político.

Y cómo no iban a ser profundos los desacuerdos si lo que estuvo en juego fue el modelo de país con el que habríamos de llegar al Siglo XXI, siendo que los recién llegados tecnócratas pretendían olvidar los alcances revolucionarios y la ideología nacionalista en aras de la globalización, así como ceder buenos espacios de soberanía nacional, a la dizque integración económica.

Podríamos añadir que el Partido ha dejado de lado las manifestaciones culturales mediante las que se expresa el ciudadano de fin de milenio. Parecería ser que no oye ni escucha, ni siquiera se da cuenta de cómo actúan sus propios miembros en sus lugares de residencia, con sus familiares, amigos y compañeros de trabajo.

El PRI no se ha percatado que los rituales partidistas a muy pocos atraen y si en cambio alejan de las actividades políticas que realiza, a gran parte de la ciudadanía. No se ha dado cuenta de que el lenguaje y las formas de comunicación de las sociedades urbanas de finales de los noventa manifiestan nuevos modos de expresión, o más bien que para ellas, los estereotipos de actuación partidista son obsoletos.

La rigidez de los eventos públicos, el caravanco a personalidades, los conceptos trillados, la oratoria anticuada por la forma y fondo de exaltación, amen de la prepotencia, soberbia y las palabras desgastadas, la crítica y la disidencia, hacen de la institución una entidad susceptible de perder la simpatía de posibles electores que ideológicamente pueden ser análogos o cuando menos no contrarios.

Si el PRI a lo largo de su historia ha intentado adecuarse a las transformaciones de la sociedad mexicana, e inclusive a las de sus propios militantes, debería

voltcar los ojos no solamente a la ideología que postula, a la organización de sus bases, a las formas de selección de candidatos y a las maneras de efectuar su dirección y toma de decisiones. También debería tener en cuenta la forma en que se expresa la ciudadanía de los noventa, debería captar y poner en práctica los modos en que se relacionan los individuos en una sociedad en la que a pesar de ser masiva, siempre buscan y les da seguridad el sentido de pertenencia.

Consideramos que los intereses de la actualidad no siempre son clasistas ni gremiales, tampoco necesariamente ideológicos o religiosos, sino, más bien, de interrelación personal, familiaridad, cercanía y amistad. Además, parecería ser que en la sociedad moderna, muchas de esas relaciones son mas bien frágiles, coyunturales, novedosas y poco profundas. Son amorfas, poco estructuradas e informales, poco reverentes y muy heterogéneas en sus gustos, modos de pensar, aficiones y lugares de reunión. Sus temas de conversación son cotidianos.

La gente se mueve por temas concretos y no necesariamente por relaciones duraderas y de compromiso. Es incrédula y poco confiada; disiente casi por inercia ¹⁰.

¹⁰Jorge Alonso (1996) realiza un interesante análisis acerca de la nueva cultura política en el que señala cómo los agravios que ha recibido la sociedad mexicana por parte del sistema político autoritario y del partido de estado, han hecho emerger nuevas actitudes en la población, reclamando una autentica democracia en la que ya no se permite que los líderes sociales o los partidos políticos se sirvan de los actores sociales y exigiendo ser consultada y que se le tenga en cuenta, por lo que ya no permite que se le diga lo que tiene que hacer o decir.

CAPÍTULO 3.

EL NUEVO ESCENARIO POLÍTICO MEXICANO

En los últimos cuarenta años la sociedad mexicana ha registrado una serie de transformaciones que se han visto reflejadas en una más amplia estratificación y heterogeneización de la estructura de clases, como resultado tanto de la urbanización y concentración de la población, como de privilegiar el desarrollo y modernización del sector industrial sobre el agrícola. Adicionalmente, el crecimiento demográfico ha presionado los beneficios de la Revolución alcanzados hasta entonces y ha diversificado a la población emergiendo nuevos segmentos, actores sociales y políticos, demandas y una realidad donde la economía informal compite fuertemente con la formal y en la que la sociedad es más educada, más crítica y mayormente informada.

En ella, los medios de comunicación colectiva han cobrado mayor relevancia y presencia en la vida nacional y han contribuido a hacer de la globalización una realidad económica, política y social que va conformando una sociedad cada vez más compleja, donde contrasta lo regional con lo mundial, se adoptan nuevos estilos de vida o comportamientos, se participa de preocupaciones novedosas, se comparten temas y valores universales.

Ante esa diversidad, pluralidad y complejidad, necesariamente existía no sólo la necesidad de ampliar los cauces de participación y expresión conformando nuevas organizaciones y foros para liberar la tensión urbana de manera propositiva, sino que al interior del PRI ya no era posible que los tres sectores abarcaran, comprendieran, canalizaran y satisficieran las demandas de una sociedad tan compleja, ni siquiera de los diversos grupos de sus simpatizantes, que como sabemos provenían de distintas esferas, niveles, ramas de actividad económica e intereses políticos y económicos, por lo que poco a poco se fueron desbordando los espacios tradicionales de concertación social, vinculación, protesta y cohabitación de una sociedad urbana y masificada que exigía además, nuevos interlocutores para la solución de sus problemas.

A finales de los años sesenta empieza a manifestarse la crisis del modelo corporativo siendo precisamente los estudiantes, el sector más moderno y educado, quienes irrumpen bruscamente en el escenario político. Se rebelan como un sector sumamente crítico y politizado para demandar mayores

espacios de expresión y manifestación de la sociedad, para protestar contra el sistema que condicionaba su incorporación al juego político, bajo los cánones preestablecidos, sin dejar espacio para la manifestación de nuevas ideas, propuestas o comportamientos.

El movimiento estudiantil de 1968 constituyó un partecaguas que marca la transición entre las formas hegemónicas de gobierno y la participación plural de la sociedad. Ese movimiento expresó contundentemente la obsolescencia de los métodos y formas de actuación, control y cooptación del sistema, ya que sus actores se rebelaron inclusive hasta en el lenguaje, usos y ciertos valores o tabúes que estereotipaban a la sociedad de esa época. Gran número de mujeres se incorporaron a la lucha, se liberaron atavismos sexuales, los jóvenes buscaron tomar la palabra en el seno de sus familias y en sus esferas cercanas, irrumpieron en el mercado laboral y político confrontándose con lo dominante: los adultos, los dirigentes, la Iglesia, los jefes, los maestros. Por su voz, la sociedad reclamaba ser escuchada y respetada, al mismo tiempo expresaba su inconformidad y malestar con los valores de una cultura que consideraba obsoleta.

Surgieron entonces movimientos y segmentos sociales que reclamaban una interlocución directa con el Estado, a su manera, con su lenguaje, con sus costumbres y expresiones sociales y culturales y que en suma iban conformando una **nueva cultura política**, más consciente, independiente, tolerante, moderna, crítica, informada, abierta y democrática.

El movimiento estudiantil, con alcances populares, cuestionó severamente al partido de Estado, pues rechazó las formas tradicionales de hacer política en México, buscó nuevos escenarios para la expresión de una cultura política en renovación y modernización, adoptó las plataformas o planteamientos estudiantiles de otras latitudes e hizo suyas las demandas de las corrientes ideológicas en boga. La política dejó de ser regionalista para abrirse a la internacionalización de las revueltas populares. Se adoptaron formas y modos de expresión política hasta entonces desconocidas. La dureza de la respuesta del gobierno mexicano a los planteamientos novedosos de los estudiantes es la muestra más clara de la esclerosis que se había venido forjando en el sistema político mexicano.

Las escuelas del Movimiento Estudiantil del Sesenta y Ocho se hicieron sentir rápidamente: irrumpió la guerrilla, hasta entonces ajena a nuestra realidad

nacional, se conformaron los movimientos obrero populares como la Corriente Democrática del Sindicato Único de Electricistas de la República Mexicana (SUTERM), que dirigía Rafael Galván, aparecieron el sindicalismo universitario y bancario y se gestó la tendencia renovadora de los telefonistas, etc., cuyas aportaciones más sobresalientes son por cierto, respectivamente, ubicar en la lucha sindical una preocupación constante por mejorar la productividad a través de la capacitación de los trabajadores, mismas que redundarían en mejores condiciones de trabajo y de vida para los agremiados; propiciar una plena democratización interna en los sindicatos a través de la representación plurinominal de todas las corrientes del sindicalismo universitario y; lograr la defensa de los trabajadores en un área que hasta entonces se consideraba como estratégica a nivel nacional, además de hacerlo también a base de capacitación para un tipo de trabajador ya bastante calificado.

Como resultado de estas circunstancias, después del 68 se inició una reforma política que reconoce la fuerza de los nuevos actores, de sus derechos y de su representación. Se legalizaron los partidos de oposición y se crearon otros, ya que los existentes resultaban insuficientes para canalizar a las nuevas corrientes políticas. La **Reforma Política de 1977**, promovida por el Presidente José López Portillo e instrumentada por Jesús Reyes Heróles fue sin lugar a dudas donde se sentaron las bases del actual proceso democrático que vive el país. Gracias a ella se otorgó el registro a partidos como el Comunista Mexicano, el Socialista de los Trabajadores y el Demócrata Mexicano, todos ellos ya existentes con anterioridad y que habían ido creciendo poco a poco y teniendo presencia básicamente en las grandes ciudades del país, pero que por falta de reconocimiento no habían tenido mayor influencia en la competencia electoral. Esta Reforma plasmada en la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (LOPPE de 1978), abrió el espectro de la vida política nacional y dio paso a la modernidad del sistema político mexicano, ampliando la conformación de la Cámara de Diputados a 300 curules, inscribiendo la posibilidad de que los partidos minoritarios ejercieran su participación política en ese organismo y respondieran a su representación social y permitiendo la representación plurinominal hasta por 100 curules designados con base en listas por circunscripción.

El avance democrático y modernizador de la sociedad mexicana se vio cristalizado también en las subsecuentes reformas electorales mediante las cuales los distintos grupos opositores fueron ganado espacios en el juego

político nacional, pues en el Código Electoral de 1986 consiguieron la ampliación del número de representaciones plurinominales hasta un número de doscientos, que sumados a los trescientos de mayoría, conformaron una Cámara de 500 representantes; además de la creación de la Asamblea de Representantes del DF y del Tribunal de lo Contencioso Electoral. En 1990 el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales buscó dotar de mayor autonomía y equilibrio en sus órganos de dirección a la autoridad electoral, profesionalizar el servicio público electoral, descentralizar las funciones del Tribunal Federal Electoral y volver más equitativo el financiamiento público a los partidos políticos¹¹.

Finalmente en 1994 se otorga absoluta autonomía al Instituto Federal Electoral, entidad responsable de la organización, desarrollo y vigilancia de las elecciones. Se busca la imparcialidad de las decisiones tomadas en materia electoral logrando que los ciudadanos independientes sean mayoría del Consejo General del Instituto mencionado, incorporando como miembros de ese Consejo, además de los cinco representantes de los partidos políticos, a seis consejeros ciudadanos sin militancia partidista elegidos por la Cámara de Diputados y quitando al representante del Ejecutivo Federal la calidad de su voto, de tal suerte que el propio Consejo queda integrado por once miembros. En esta misma reforma se nombró a un Fiscal Especial para delitos electorales, se precisaron esos delitos en el Código Penal, se emitieron credenciales para votar con fotografía y las Naciones Unidas asesora técnicamente a las asociaciones mexicanas que deseaban constituirse en observadoras electorales. Por su parte el IFE capacitó a más de ochocientos mil ciudadanos que serían funcionarios en las 94,147 casillas instaladas en todo el país.

Adicionalmente se amplió la representación de los partidos minoritarios en el Senado de la República al duplicar el número de escaños y permitir que 25% de ellos se asignaran a los partidos que obtuvieran la primera minoría en cada entidad federativa y al impedir que ningún partido obtuviera más del 63% de las curules en la Cámara de Diputados. Finalmente, también se anuló la autocalificación de las elecciones que antiguamente realizaba la propia Cámara de Diputados, constituyéndose en juez y parte a la vez, pasando ese dictamen a la Junta Distrital en cada uno de los 300 distritos electorales¹².

¹¹Sobre las reformas electorales puede consultarse la compilación realizada por **El Nacional** en 1991.

¹²Desde luego son muchas más las reformas hechas a la legislación electoral en 1994, por lo que había que documentarse en el Diario de Debates y en las Sesiones del Consejo General

La Reforma Electoral de 1996 perfeccionó los alcances logrados en 1994, teniendo entre sus principales logros los siguientes: se concreta la autonomía total de los órganos electorales, se incorpora el Tribunal Electoral al Poder Judicial, se puntualizan y mejoran los instrumentos para fiscalizar, revisar y modular los gastos en las campañas de los partidos; se incorpora el talón con folio al listado nominal, a la vez que se permite la exhibición de ese mismo listado; se inyecta un mayor pluralismo a la Cámara de Senadores al elegir 32 senadores de una lista nacional de representación proporcional y principalmente, se abre la competencia electoral al Distrito Federal, mediante la elección directa del Jefe de Gobierno de la Capital del país (Becerra Ricardo et al, 1997).

Un hecho que a nuestro juicio ha contribuido grandemente a la formación de una nueva cultura política ha sido el impulso del feminismo, a partir de la realización de la Conferencia Mundial de las Naciones Unidas para celebrar el Año Internacional de la Mujer en México, 1975. Con ella se dieron cita en el escenario político nacional miles de mujeres que cobraron conciencia de que sus circunstancias, anhelos, deseos e intereses son compartidos por la mayoría absoluta de todos los países: **las mujeres**. Resulta difícil pensar en que el proceso de **aculturación** de toda sociedad pueda ser el mismo y permanezca invariable, cuando el elemento fundamental de transmisión de los valores de la sociedad se concientiza, rebela, protesta y actúa su inconformidad defendiendo sus derechos, abriendo sus cauces de participación y rescatando para sí el lugar que le corresponde en la sociedad como un ente a desarrollarse en igualdad de circunstancias y condiciones, sin más limitación que sus anhelos y capacidades. El mismo proceso de cambio que han vivido las mujeres mexicanas lo han vivido los hijos de esas mujeres y por tanto su nivel de discernimiento es mucho mayor, lo mismo que su nivel de participación y reclamo de justicia, igualdad e imparcialidad en todos los órdenes.

A partir de entonces y de la organización social que se dio en México para solidarizarse con las víctimas del sismo de 1985 se gestó la proliferación de múltiples organizaciones civiles y no gubernamentales. La sociedad despertó reclamando no solamente la satisfacción de sus necesidades sino que también asumió su papel como **corresponsable del bienestar**. Irrumpió en varios

del IFE. Ver también **PRI** (1994). También son interesantes las reformas hechas este mismo año de 1997 para perfeccionar a las anteriores.

escenarios que desde luego son característicos de las sociedades modernas, educadas, urbanas y clasemedieras, que ya han satisfecho sus principales reivindicaciones y necesidades vitales como la alimentación, educación y la vivienda y que por lo tanto están en la posibilidad de darse cita para reclamar, vigilar y contribuir ahora, al mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad en cuanto al medio ambiente, derechos humanos, seguridad pública, observancia y legalidad de procesos electorales, etc. Por cierto que éste fenómeno se ha presentado mundialmente y ha sido impulsado en países como Alemania y Estados Unidos con el propósito de **"fortalecer la participación ciudadana y la democracia"**.

Desde luego, no es el interés de esta tesina elaborar una reseña histórica de México, pero baste con enunciar otros sucesos que han acontecido en el país y que han provocado la reacción de la sociedad en distintas formas, como han sido la crisis económica de 1982, la ruptura de varios segmentos de la militancia del partido hegemónico cuando demandó una mayor democratización en los procesos internos de selección de candidatos y en la toma de decisiones, y encontró una típica cerrazón de la dirigencia de su partido, por lo que hubo de separarse del PRI para conformar el entonces Frente Democrático Nacional que apoyó la candidatura presidencial Cuauhtémoc Cárdenas en 1988.

También han contribuido a ese despertar el perfeccionamiento de los ordenamientos electorales cristalizados en el nuevo Código Federal de Procedimientos Electorales, el surgimiento de la revuelta chiapaneca el 1 de enero de 1994, la inserción de México en el Tratado de Libre Comercio con el consecuente desplazamiento de la industria nacional y, finalmente, los signos que han revelado mayormente la descomposición sociopolítica del país, a raíz de la proliferación del narcotráfico y los asesinatos del Cardenal Posadas, de Luis Donaldo Colosio, de José Francisco Ruíz Massieu y otros.

El escenario político que mantiene hasta nuestros días las aguas agitadas de la vida nacional se caracteriza además, porque la sociedad mexicana está transitando de una etapa de partido casi único a un pluralismo más representativo en el que se va consolidando el equilibrio de poderes, el Congreso de la Unión está rescatando su autonomía, los estados y municipios reclaman mayores atribuciones y facultades fustigando al centralismo, la figura del presidente está dejando de ser un mito al estar adquiriendo dimensiones reales, los medios de comunicación representan de manera más adecuada el

pluralismo existente, las organizaciones sociales son más autónomas y diversas y, en general, la sociedad es más consciente, crítica y abierta.

Toda esta diversidad ha puesto en crisis el modelo corporativista del PRI y del sistema político mexicano, presionando a la utilización de nuevas formas de comunicación e interacción políticas para dar cause a la construcción de un México más moderno, democrático y justo.

Dado que los mexicanos buscan una mayor inserción en el proceso de toma de decisiones, los partidos políticos se ven afectados y obligados a revisar tanto sus formas de organización como sus estrategias y tácticas políticas, por lo que se hace necesario especialmente para el Revolucionario Institucional, tener en cuenta la metamorfosis social, si desea mantener la mayoría representativa¹¹ y el poder, ya que ante los problemas que acarrea la diversificación de la sociedad, va perdiendo sus márgenes de maniobra, control y representación social.

La obesidad de su aparato burocrático, la llegada de tecnócratas que muchas veces no conocen ni el domicilio en que se ubica la sede principal de ese partido, ni su ideología y mucho menos los grupos de presión que confluyen al interior del PRI, así como la costumbre en el ejercicio del poder, han impedido a ese partido ver con claridad y ajustarse a las nuevas circunstancias, incidiendo en ese fenómeno de pérdida de poder del PRI. También el hecho de que sus dirigentes y candidatos ya electos muchas veces se olviden de sus bases o electores por dedicarse a la política de ligas mayores, teniendo como resultado el cobro de facturas que el electorado está realizando al alejarse de la plataforma de ese Partido, de sus dirigentes y de sus candidatos, a quienes sienten cada vez más inalcanzables.

En virtud de que los signos en que se sustentaban el sistema político mexicano han perdido vigencia, como fueron el paternalismo, el "carro completo", la simbiosis entre partido y gobierno, la comparsa que realizaba la oposición, la indulgencia política, la predictibilidad de las elecciones, el corporativismo y todos los mitos y rituales que caracterizaron ese sistema, el "tricolor" se ha visto obligado a encontrar nuevas fórmulas de representatividad, nuevos mecanismos que lo acerquen con los numerosos grupos poblacionales que ya

¹¹ De acuerdo con los resultados electorales de las pasadas elecciones de julio de 1997, esta necesidad es cada vez más imperiosa.

no demandan vivienda o recompensas¹⁴ materiales a través de las cuales se les pueda cooptar, sino programas de beneficio social que atiendan a la modernidad, característica de nuestra sociedad de fines del milenio, incluyendo en su agenda temas que por superfluos o extravagantes que le parezcan, son los que preocupan a los ciudadanos del México actual, como los derechos de los niños, la violencia familiar, el maltrato de mujeres y menores, la violación, etc.

También se hace necesario que el PRI encuentre otros modos de acercamiento con la sociedad que correspondan al comportamiento generalizado de los ciudadanos de los noventa, es decir, frescos, ágiles, directos, abiertos, etc.; no más mítines al rayo del sol, ni tiempos interminables de espera o retóricas demagógicas que poco dicen. **La sociedad exige respeto, en la forma y en el fondo, a su dimensión humana y ciudadana.**

En el México actual se tienen procesos electorales cuyos resultados son cada vez menos predecibles porque las elecciones resultan intensamente competidas entre una multiplicidad de ofertas políticas y un electorado que se segmenta de acuerdo con ellas y con la conciencia que tiene del valor de su participación. La ciudadanía analiza las propuestas existentes para sufragar por "la mejor opción". Evidentemente nos acercamos a un nuevo siglo con situaciones inéditas en nuestro país.

En los capítulos subsiguientes nos referiremos al perfil de la sociedad de finales de Siglo, al impacto de los medios de comunicación masiva, de la comunicación oral y de los líderes de opinión, en la participación política y en el ambiente y resultados electorales. Todo ello para contextualizar los alcances y limitaciones de las "redes de contacto personal" en los escenarios político electorales que se suceden en el nuevo marco sociopolítico nacional.

3.1 Expresiones políticas de la actualidad.

De acuerdo con Alberto Melucci (1990), sociólogo italiano de reconocido prestigio por su aportación a la sociología política, en los años recientes las sociedades capitalistas han avanzado hacia la democracia, viendo multiplicarse las formas de trabajo social y asistiendo a la emergencia de movimientos que

¹⁴ El tema de las recompensas que los partidos políticos pueden ofrecer a los ciudadanos es ampliamente tratado por Angelo Panebianco (1990)

escapan a los mecanismos tradicionales de organización y que expresan demandas y desarrollan formas de movilización que tampoco corresponden a las reglas del juego político establecido a partir de la Revolución Francesa.

El surgimiento de estos movimientos ha planteado nuevas interrogantes, no sólo a los interesados en la reproducción del sistema, sino también a los partidos de oposición, a las feministas, ecologistas, homosexuales y estudiantes que enarbolan reivindicaciones regionalistas. Se han creado nuevas categorías sociales, tanto de la clase obrera (los no calificados, el empleo informal), como de la sociedad, ya sean los jóvenes, emigrantes, grupos vecinales, etc.,

La nueva protesta inaugura campos originales de lucha social en la que se modifica la relación entre el sistema político, los movimientos sociales y los partidos políticos, es decir, los nexos que se establecen entre los actores institucionales y aquéllos protagonistas de necesidades colectivas cuya acción se desarrolla fuera de los marcos tradicionalmente establecidos.

Los nuevos actores sociales disienten de las formas de dominio social y se distinguen por sus procesos de formación y agregación de la protesta colectiva, por la objeción a los mecanismos internos del sistema político a través de los cuales se llega a la toma de decisiones y a los mecanismos de mediación de intereses, consecución del consenso y al reforzamiento de los valores sociales y de la ideología.

De ahí que los partidos políticos, las asociaciones civiles y los organismos gubernamentales, tienen que tomar en cuenta esas expresiones si buscan continuar o expandir su influencia, reconocimiento y aceptación de la población multivariada, diversa y heterogénea con la que desean comunicarse. Ya no es posible pretender ni siquiera el consenso en todos los casos, aunque sí la concertación y el respeto a las decisiones mayoritarias. Pero, ¿cómo lograrlo? ¿cómo hacer para que en una población de masas, a veces amorfa y refractaria, se promuevan actitudes positivas en torno a las cuestiones con las que disienten?

Debemos reiterar que los partidos políticos tradicionales, pero de manera particular, el Partido Revolucionario Institucional, deberían explorar nuevas fórmulas de convencimiento y comunicación que sirvan de mecanismos para ampliar su resonancia y penetración de segmentos susceptibles de ser captados hacia su ideología, principios, programas o candidatos. Es necesario buscar

fórmulas frescas que se adecuen a las aspiraciones de la sociedad, distinguir las expectativas de los ciudadanos respecto de los partidos políticos y el gobierno, aún de las asociaciones civiles, vecinales o laborales.

Desde hace más de veinte años una de las contradicciones fundamentales que se ha presentado en la sociedad mexicana reside en el conflicto que se da entre una población educada y habituada al paternalismo del Estado y una nueva cultura que propugna el crecimiento y responsabilidad individual para resolver los graves y complejos problemas que plantea la actual circunstancia nacional.

En ella se busca que los mexicanos asumamos la responsabilidad de la educación de nuestros hijos, la obtención de vivienda y seguridad social, aún de la seguridad pública con la que se pretende que colaboremos, etc. En resumen, se perfila una **nueva cultura nacional** que está requiriendo de una novedosa educación, usos y costumbres, acordes con esos propósitos, en donde la comunicación juega un papel muy importante, ya sea entre gobernantes y gobernados, entre militantes y dirigentes, entre electores y partidos políticos o entre ciudadanos y organizaciones civiles.

En ese sentido habría de tenerse en cuenta a Jorge Hernández Campos (1991) cuando nos habla del **nuevo paradigma de la comunicación**, de acuerdo con el cual los componentes de la sociedad civil están condicionando a la comunicación de masas, ya que ésta última pasa a ser un complemento de la que se sucede constante y directamente entre los individuos y los grupos entre sí y en la cual la **comunicación horizontal** altamente individualizada está siendo propiciada por el uso de instrumentos de comunicación ambulante como son los celulares, los radio-localizadores, el fax, el internet, etc.

Es en ese sentido que se presenta la propuesta de esta tesina, ya que es de nuestro interés proponer una herramienta que sea de utilidad para vincular a los miembros de una sociedad que buscan ser tomados en cuenta, a pesar de estar insertos en una sociedad de masas que los hace sentir aislados, inconformes y excluidos de las decisiones. Una sociedad que se sabe útil a la causa común y que repele continuar en el anonimato. Estamos seguros de que el mecanicismo que proponemos sirve para todos los fines que busquen la integración social, en cualesquiera de los planos sociales y políticos, pues su propósito reside en permitir la expresión ciudadana y el acercamiento con sus dirigentes y representantes, evitando con ello mayores conflictos, además de brindar un

mecanismo para otorgar a los individuos el reconocimiento que buscan y merecen, independientemente del lugar que ocupen en el tejido social.

3.2 Las clases medias en México

Sin lugar a dudas uno de los productos del modelo desarrollista y estabilizador en México fue la creación de una amplia clase media urbana¹⁵, que era inédita en el país y que tuvo su etapa de "esplendor" durante el período conocido como "milagro mexicano", años en que la economía nacional alcanzó sus mayores tasas de crecimiento; pero que a la vez marginó a amplios segmentos de la población, debido, en parte, a una distribución del ingreso que se caracterizó por ser polarizada y excluyente y que por lo tanto los apartó de los beneficios logrados por los gobiernos revolucionarios.

Habiendo impulsado el desarrollo estabilizador la prosperidad de las zonas urbanas fundamentalmente al haber inyectando toda clase de recursos a las ciudades, se provocó una alta concentración de la población, ya que en ellas se centralizaron tanto la dotación de servicios como los mecanismos de vivienda, seguridad social, recreación, deporte, etc., que dispuso el Estado a través de ese modelo económico y político; resultando que los profesionales, estudiantes, obreros calificados, sindicatos, maestros, etc., realizaron su vida cotidiana en las grandes urbes, prestando sus fuerza de trabajo en el área principalmente de servicios.

De acuerdo con Francisco López Cámara (1989), el desarrollo estabilizador no solamente produjo el crecimiento económico que caracterizó esa época de auge económico, sino también, un desequilibrio profundo entre los propósitos sociales de la Revolución Mexicana y sus fines económicos; pero, además, una patente desigualdad en la distribución geográfica de los beneficios sociales del desarrollo, con lo cual se acentuó, por partida doble, la concentración y la expansión de las zonas urbanas.

Con ello se facilitó el crecimiento intempestivo y voluminoso de una población nueva que abarrotó las ciudades, con todas las características, pretensiones, aspiraciones, demandas y necesidades de una típica clase media, que venía a sumarse al cuadro complejo y conflictivo de los desajustes sociales ya

¹⁵ El tema de las clases medias mexicanas ha sido tratado ampliamente por Francisco López Cámara (1989)

existentes, con limitada capacidad de absorción ocupacional y con reducidos espacios de acomodo social.

Otro factor que impidió el crecimiento ordenado de la población, fue la explosión demográfica, la cual indujo a la población a extenderse geográficamente en forma "horizontal", a la vez que a aglomerarse "verticalmente" en unas pocas ciudades, con todas las inquietudes, tensiones y frustraciones que supone el amontonamiento irracional. El Estado mexicano no tuvo la capacidad de responder a las demandas de la población en permanente crecimiento. Faltaron escuelas, viviendas, servicios públicos; escasearon empleos, ocupaciones, oficios; la vida cotidiana se hizo difícil; el futuro, inseguro y obscuro. Sin muchas alternativas, las recientes concentraciones de clase media empezaron a incubar corrientes de protesta, de enojo y de inconformidad ante una organización social y política que parecía cerrarles las puertas.

El arribo de la tecnología, la penetración de la radio en 1930, la televisión en 1949 y en general de los medios de comunicación masiva, van convirtiendo a los habitantes de las grandes urbes en individuos que quizá de una manera intuitiva se fueron percatando de que cada vez se tornaba más difícil alcanzar los logros que hasta ese momento habían alcanzado las clases medias.

A finales de los sesentas la clase media empezó a sentir los efectos del hacinamiento del mundo urbano en que vivía, además de verse afectada por que las políticas gubernamentales buscaban conciliar las exigencias sociales de obreros y campesinos, pero a costa de la propia clase media.

En 1968 se hizo patente la incapacidad del aparato político para acoger las demandas de esa clase y encauzar su participación organizada en los asuntos públicos del país. La CNOP, que se suponía era el sector del partido oficial encargado de reclutar, organizar y orientar políticamente a los numerosos y variados grupos de clase media, se había estancado en una engranaje burocrático, destinado primordialmente a funciones electorales. La época de sus mejores batallas parecía haber concluido pues ya no era la promotora de grandes logros revolucionarios como sucedió en 1959, cuando en su IV Asamblea inició su primera plenaria dedicada al debate educativo para apoyar la instrumentación del Plan Nacional para la Expansión y Mejoramiento de la Educación Primaria, llevado a cabo por Jaime Torres Bodet cuando fue Secretario de Educación Pública, conocido comúnmente como el "Plan de 11

años", cuyo propósito fundamental se dirigía a terminar con el rezago educativo y la deserción escolar y en donde la CNOP jugó un papel importante debido a la influencia que ejercía sobre el sector educativo a través del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación, que es uno de sus principales agremiados.

La CNOP había realizado gestiones importantes para lograr que los industriales y pequeños artesanos pertenecientes a la organización tuvieran una amplia producción y para que los transportadores y comerciantes en pequeño realizaran su misión en abierta pugna contra los acaparadores, almacenistas e intermediarios. También había participado en la solución al problema de la vivienda popular y había propugnado por la preparación política de los sectores juvenil y femenino en el seno de la organización, a pesar de que las mujeres no contaban en ese tiempo con el derecho al voto. En mayo de 1975 convocó al I Encuentro Nacional sobre Clases Medias, por considerar que se hacía necesario un análisis sistemático y actualizado sobre su composición, comportamientos, aportaciones y aspiraciones.

Indudablemente la clase media mexicana ha sido uno de los mayores y más evidentes logros de los gobiernos post-revolucionarios. Es ella quien a través del acceso a la educación, a los servicios públicos y privados, a las comunicaciones, producto de la terciarización y la urbanización, ha tenido la oportunidad de informarse, conocer sus derechos, contrastar realidades, diversificar los núcleos donde se mueve, gozar de una amplia movilidad social, económica y política, participar de los grandes acontecimientos nacionales como han sido los Juegos Olímpicos, los Mundiales de fútbol, las visitas del Papa, etc.; situaciones que le han permitido ampliar sus horizontes, diversificar sus criterios y parámetros, formularse nuevos interrogantes y expectativas e inclusive plantearse nuevas respuestas y soluciones. De ahí que sea una clase donde la composición de sus integrantes es heterogénea, dispersa, acostumbrada al cambio, observadora más no contemplativa, crítica, participativa, propositiva, tesonera.

Características todas que la hacen ser singular y que de acuerdo con lo planteado en esta tesina, por un lado debieron ser tomados en cuenta por el PRI desde hace tiempo para responder de una manera más adecuada a las necesidades y esperanzas de la clase media y por otro, son distinciones que si han sido percibidas y aplicadas en el trabajo con las Redes de Contacto Personal, por cierto con muy buenos resultados, pues como veremos más

adelante, han hecho suyas las problemáticas que son del interés de esa clase, así como los tópicos que comenta, los modos de relacionarse, las expectativas que se plantea en torno al papel de los líderes, al rumbo del país, además de que se han dirigido a ella con sus mismas formas y lenguaje y hasta han detectado el nivel de corresponsabilidad que la sociedad está dispuesta a asumir en torno a los problemas de orden comunitario.

CAPÍTULO 4

LOS VALORES CULTURALES DE LOS MEXICANOS

En el presente capítulo nos proponemos señalar algunos elementos que a nuestro juicio influyen en el comportamiento y manera de ser de los mexicanos y que han contribuido al éxito de las Redes de Contacto Personal, siendo nuestra propuesta que sean tomados en cuenta cuando se quiere lograr una comunicación más efectiva y afectiva entre el partido y el electorado.

Como veremos más adelante, los mexicanos de los noventa gustan de mantener una permanente comunicación con las diversas instancias que conforman su quehacer cotidiano y coyuntural, pues no se conforman con ser considerados solamente como objetos de información; receptores de mensajes, si no más bien, **desean participar en las decisiones** que se les pretende imponer y que afectan su vida y, por tanto, reclaman ser partícipes de ellas. **Piden** que cuando menos se les escuche.

Los mexicanos no quieren ser ajenos al mundo que les rodea, aspiran a incidir en las determinaciones, involucrarse y hacer valer su calidad de **ciudadano consciente y participativo**, en última instancia, de **ser humano**. Y esta actitud o demanda se hace presente en todas las esferas de la vida social, máxime cuando vivimos en la era de las comunicaciones y es quizá por ello que no se acepta la incomunicación o escasa relación con el entorno. En materia política ese sentimiento juega un papel definitivo y determinante cuando se quiere reducir la distancia entre los actores sociales y políticos, de manera particular en procesos electorales de altísima competencia, como el que se avecina en 1997.

Considerar los aspectos expuestos en torno al PRJ en capítulos anteriores es imprescindible, ya que además de reñidas las próximas elecciones federales, pueden resultar riesgosas para sus intereses. Desde nuestra perspectiva la **comunicación que se logra a través de las Redes de Contacto Personal**, es una opción y constituye un mecanismo para evitar ese riesgo, pues **mejoran sustancial y efectivamente la comunicación entre candidatos y electores**, lo que posibilita reducir la distancia que los ha venido separando y permiten establecer un nuevo tipo de relación.

De ahí que nos refiramos en primer instancia a los valores de los mexicanos. Para ello apoyamos nuestros planteamientos en los estudios de quienes se han destacado en el tema, como es el caso de Enrique Alducin Abitia, quien es responsable de conducir la extensa investigación que ha realizado el Banco Nacional de México en torno a los valores, desde 1981, a través de una amplia encuesta nacional realizada en diciembre de ese año, con la que se intentó conocer los valores de los mexicanos para comprender de mejor manera la situación económica del país, entender también la realidad social y política, así como conocer las expectativas de los mexicanos. También, en esa tónica, echamos mano de la investigación de Ulises Beltrán y otros autores del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM denominada **Los Mexicanos de los noventa (1996)**, que a través de una encuesta realizada en 1994, pretendió determinar si las transformaciones en las actitudes y los valores ocurridas en la sociedad mexicana en los años recientes, corresponden a procesos de modernización. Así mismo tomamos como referencia el estudio de Alejandro Moreno, quien dedicó su tesis profesional para obtener el título de sociólogo, al análisis de los datos referidos a México en la **Encuesta Mundial de Valores** realizada por la Universidad de Michigan en los años de 1981 y 1990, con especial énfasis en la **confianza interpersonal y las actitudes políticas**.

Alejandro Moreno (1994) sostiene que cada sociedad posee un conjunto de valores más o menos generalizado que abarca las actitudes, opiniones, preferencias, normas, creencias y patrones de conducta que comparten los individuos y grupos sociales, por lo que se pregunta: ¿qué o quiénes somos los mexicanos? y busca la respuesta en la forma de ser, de hablar, de expresarse, de vivir, de pensar, de comportarse, etc. del mexicano, es decir, en su cultura.

Al investigar las bases que motivan y guían la toma de decisiones y el comportamiento de los mexicanos, Enrique Alducin (1989) señala: "El centro de un sistema cultural está constituido por patrones de conducta, reflejo de normas internalizadas en cada individuo que responden a un conjunto de valores. La cohesión, la armonía y el consenso social son posibles gracias a los valores que se comparten. La identidad y la integración del ego individual y de grupo, encuentran en ellos su principal explicación".

De acuerdo con la investigación del Instituto de Investigaciones Sociales, un valor es un nodo mayor en una red apreciativa y está vinculado con las

representaciones y las normas socialmente compartidas que dan sentido y orden a los hechos, siendo que sus trayectorias pueden, tal vez, constituir dimensiones ideológicas.

4.1 Valores socioculturales.

El primero de los valores¹⁶ que resalta se refiere a que los ciudadanos en México son cada vez más conscientes del lugar que ocupan en la sociedad, de sus derechos como seres humanos y ciudadanos, y por lo tanto, exigen cada día mayor respeto para sí mismos y para sus familias. Exigen ser tratados como personas, con dignidad y atención y no como números de cuenta o asientos vacíos en auditorios por llenar.

Se ha encontrado que **los mexicanos nos hemos revalorizado** de manera tal que, en 1981, la hipótesis de que los mexicanos padecíamos un complejo de inferioridad, resultó inválida. Al mismo tiempo, uno de los resultados más sobresalientes de ese estudio es que también **las mujeres nos hemos revalido** ante nosotras mismas, ante los varones y ante una sociedad predominantemente patriarcal.

En ese sentido, la investigación de Beltrán, a la que ya nos referimos, refuerza esta apreciación, pues señala cómo piensan los mexicanos sobre sí mismos y cómo es que cada vez se alejan más de los estereotipos negativos con los que se les asociaba en el pasado, dando paso a visiones positivas que los muestran como hombres y mujeres activos, insertos en procesos de cambio y a la vez enraizados profundamente con su cultura.

El segundo valor que nos interesa resaltar es **el respeto**, el cual establece para cada individuo, sin distinción de su perfil socioeconómico, las reglas y los patrones de conducta esperados y aceptados respecto a los demás miembros de la sociedad. Tal parece que ese atributo **define las redes de jerarquías, deberes, responsabilidades y atribuciones**, que tienen entre nosotros una honda connotación emocional y afectiva.

¹⁶ De entre los valores analizados por Enrique Alduncin, Ulises Beltrán y por Alejandro Moreno, comentaremos los que han sido tomados en cuenta para el trabajo de las Redes de Contacto Personal.

Las normas de respeto se establecen por reglas simples de categorías cualitativas, siendo el padre, la madre y el maestro, así como quienes pertenecen a ciertas ocupaciones como doctor, juez, obrero y militar (al último el banquero, el político y el cacique), las personas que merecen mayor respeto.

En tercer lugar, la Encuesta de Banamex realizada en 1981 observa una inclinación del 70% de los mexicanos a **influir en su entorno** pues son sensibles al medio que les rodea, de ahí que la hipótesis según la cual los mexicanos somos pasivos, tampoco tiene fundamento, comenta Alducin; no sólo **hay receptividad al cambio** sino que la mayoría actuamos como agentes del mismo, lo cual descubre el fondo o motivación de numerosas transformaciones que han venido ocurriendo en el país y que ya revisamos en capítulos anteriores, especialmente el que se refiere al nuevo escenario político del mexicano; también indica el potencial de desarrollo existente a partir de su inclinación al cambio.

El cuarto valor que nos interesa distinguir es que a muchos mexicanos, más de los que pudieran pensarse (y desde luego, más de los que el PRI toma en cuenta), les gusta **ayudar a los demás**, salir adelante con ayuda de otros, **hacerse responsables de los errores en que incurren, en su caso, y contribuir a alterar el medio**, cuando reciben un estímulo adecuado (representando el 37% del total de los mexicanos encuestados), valor que nos permite ubicarnos en el mundo de lo moderno. Tal situación quedó de manifiesto con la solidaridad mostrada por los capitalinos para aliviar los efectos de los sismos de 1985; también, más recientemente, con la ayuda que se ha estado proporcionando a los indígenas de Chiapas a través de múltiples organizaciones civiles y no gubernamentales.

Otro de los valores interesantes para nuestra tesina es el **aprecio de los mexicanos por las costumbres sociales de antaño, así como el sentido de pertenencia a grupos y comunidades**. Ambos contribuyen a explicar por qué los mexicanos se integran a redes de tipo afiliativo con tanto entusiasmo y a la vez a entender el resentimiento o frustración que sentimos cuando no podemos expresar nuestros sentimientos u opinar respecto de múltiples tópicos de la actualidad que son de nuestro interés, sintiéndonos aislados de las decisiones colectivas por tener que guardar nuestros puntos de vista .

En el perfil psicosociológico de los mexicanos encontramos las **actitudes de la población respecto al cambio** y al desarrollo económico y social, derivadas de

las relaciones existentes entre el individuo y su medio ambiente, las cuales permiten medir la sensibilidad de los individuos al medio, según el grado de afectación a él, así como conocer el grado en que las personas influyen sobre su entorno; constituyendo estas actitudes el sexto grupo de valores que hemos tomado en cuenta. Se encontró que casi la mitad de los encuestados es receptivo y dispuesto al cambio y que la mayoría de ellos (69%) está dispuestos a influir en su medio y a participar activamente.

En "Los mexicanos de los noventa" de Beltrán(1996), se establece que el cambio **depende del nivel de información y discusión** (relacionándose ambos con el nivel de escolaridad), siendo una limitación la poca confiabilidad de que gozan los principales actores de la vida política y los medios de comunicación. El cambio no necesariamente se opone a la tradición, sino que muchas veces ocurre a partir de la misma y se complementa con ella. Los cambios en México tienen rasgos de modernización.

Para el 66% de los encuestados piensan que para generar un cambio que atenúe **el malestar colectivo** es necesario que todos o la mayoría participen con su esfuerzo y sacrificio; suponen que todo sistema social produce problemas y que se agudizarán a menos que la participación de los ciudadanos contribuya a disminuir ese malestar. Reflejan con ello una actitud que permite esperar esfuerzo y sacrificio para resolver nuestros problemas y alcanzar mayores niveles de bienestar y de justicia social.

Las costumbres y las tradiciones son formas de comportamiento muchas veces inconscientes e internalizadas en los individuos respecto de las normas y valores que suscribe la sociedad. En este sentido, se advierte que entre el 55% y el 65% de la población tiene una **actitud a favor de nuestras costumbres y tradiciones** y este modo de pensar se constituye en **factor de unión entre grupos opuestos o antagónicos**. Por el contrario, del 45% al 35% piensan que las **costumbres y tradiciones han cambiado para mejorar**. Estas disímbolas posiciones muestran una **compleja realidad pluricultural** que sugiere la necesidad de crear, ampliar y reforzar mecanismos democráticos que garanticen la expresión y la participación de las diversas comunidades y grupos que forman nuestra sociedad.

b) Relaciones Humanas

Uno de los factores que mejores resultados han brindado a la integración de las RCP ha sido tener en cuenta que para los mexicanos el **respeto** es un elemento de cohesión y armonía sociales y es a la vez un elemento esencial para la aceptación o rechazo de los individuos.

La **honestidad** es el rasgo más valorado por los mexicanos, correlacionándose con el respeto y la dignidad. Para la **convivencia**, los valores que importan a los mexicanos porque promueven la armonía son: además de los señalados, la bondad, paciencia, humildad, solidaridad, tranquilidad, veracidad, orgullo, aguante, tolerancia, resignación y conformismo.

Las encuestas mencionadas concluyen que los mexicanos hacemos hincapié en notas afiliativas ya que **nuestras relaciones**, aún las laborales y de negocio, en alguna medida se fundamentan en la **amistad**, siendo la **franqueza**, la **lealtad**, el **compañerismo**, la **inteligencia** y el **sentido del humor** los atributos más apreciados entre los hombres y la **comprensión**, el **apoyo**, la **discreción** y el **carifño**, las cualidades más estimadas por las mujeres. Los **antivalores** que más molestan a las personas y hacen que rechacen a otras son los **chismosos**, **traidores**, **lambiscones** y **criticónes**.

Para resolver los problemas a los que nos enfrentamos acudimos **al apoyo** y **consejo** de personas en las que **confiamos** y cuyo **juicio respetamos**. Entre ellas, la cohesión de la **familia** salta a la luz, así como la **solidaridad** de la **amistad** y las creencias plasmadas en la figura de Dios.

Los mexicanos piensan que la **responsabilidad** es el atributo sobresaliente de un buen trabajador, pero también, en menor medida, el carácter activo, la inteligencia, el orden y la puntualidad.

4.2 Cultura política.

En un octavo grupo de valores encontramos los vinculados con la **cultura política**, definida por Alejandro Moreno como **las orientaciones y actitudes que la sociedad manifiesta hacia el sistema político** y las partes que lo conforman, **así como el papel desempeñado por los individuos dentro del sistema**. En ese sentido encontramos en las investigaciones de Alducin que los mexicanos piensan que se han ido desvirtuando los fines de la política, por lo que ante sus ojos la política se ha devaluado, manteniéndose sin embargo el

consenso mayoritario (66%) de que el objetivo de esa actividad es noble y no egoísta.

En México generalmente se considera al quehacer político como una ocupación de profesionales y se señalan como propósitos fundamentales de esa actividad, desde un punto de vista positivo, conducir y servir al país (19%), así como preservar y cuidar de la soberanía nacional (de 16 a 18%) y, por otro, con óptica negativa: enriquecerse (8%), ayudar a los amigos (6%), trabajar mucho (1%), ser conocido y famoso (5%), sufrir (1%) y sacrificar a la familia (1%).

En los Estados modernos, señala Alejandro Moreno, **los políticos deben ser custodios de la ética social**, por lo que es su obligación acatar las reglas y poner el ejemplo. De allí que la ciudadanía demande un ejercicio político que se desligue de la corrupción, por lo que la mayoría de los mexicanos (53%), prefieren la **honestidad de los líderes o políticos**, aún cuando ésta interfiera en el logro de sus promesas o responsabilidades. En la democracia nadie debe estar más allá del Estado de derecho.

En ese mismo sentido la mayoría (62%) de los mexicanos encuestados consideran que **los líderes inteligentes siempre deben tomar partido o definir claramente su posición, aún si ello pone en peligro su carrera**; por el contrario, 38% de la gente califica correctamente la indefinición. También 58% de la población encuestada piensa que los líderes son más eficientes y pueden servir mejor a la comunidad si comparten la información que poseen, mientras que 18% está en desacuerdo y prefiere que callen. Se encuentran 3.3 personas por una, prefiriendo la **información franca y amplia**, ponderándose la falta de ésta como el mayor factor de descrédito de un político o líder.

En cuanto a la **discreción de los líderes**, 52% prefieren que éstos acepten la responsabilidad de las culpas, aunque se perjudiquen su cargo y reputación; 21% está en desacuerdo y 20% no opina; de ahí resulta que 2.5 personas están a favor de la **aceptación pública de errores cometidos por los líderes**, contra una que prefiere que callen las equivocaciones.

En México, de acuerdo a los resultados de la encuesta, la mayoría de los habitantes está a favor de **olvidar el consenso en función de la eficiencia, sobre todo entre los sectores sociales de mayor ingreso y escolaridad**. Sin embargo, 41% de la población piensa que vale la pena lograr el consenso aunque se retarden los programas.

Alducin concluye que las diferencias axiológicas más profundas en nuestra sociedad, de la visión del mundo, del comportamiento y de las actitudes, son determinadas tanto por las desigualdades en el ingreso como por los niveles de escolaridad y educación y, en menor medida, por características socioculturales de las regiones geográfico económicas en que se divide el país.

De acuerdo con los valores políticos mencionados, es comprensible que las Redes de Contacto Personal resulten eficaces y eficientes cuando se les utiliza en campañas político electorales, pues se constituyen en **auténticos foros de vinculación directa entre los candidatos y la ciudadanía**; además se presentan oportunidades en los dos sentidos, por un lado, los candidatos tienen la posibilidad de mostrarse con las cualidades humanas y políticas que el electorado desearía ver en los políticos, de establecer y dar a conocer su posición e interés en la político, en los temas que están en la agenda ciudadana; de compartir cierta información considerada por la población como relevante, a la vez, de establecer relaciones interpersonales que en otros foros o instancias públicas no podrían. Por el otro, los individuos tienen la posibilidad de conocer de cerca los sentimientos, las posiciones y el modo de pensar de quienes los quieren representar, así como de valorar si responden a sus expectativas, de conocer los motivos que a veces parecen olvidar el consenso, y, en su caso, replicar y ejercer su derecho a ser mayormente informado; de esta manera se amplían en ambos sentidos los niveles de confianza y aceptación, que como veremos más adelante, juegan un papel clave en el impacto de la comunicación oral.

4.3 Confianza interpersonal

Con base en la **Encuesta Mundial de Valores** Alejandro Moreno (1995) analiza la **confianza interpersonal** y las **actitudes políticas** en México de 1981-1990, a partir de las cuales constituimos el **noveno grupo de valores** de interés para esta tesina, por ser dos cuestiones de carácter estratégico en el comportamiento y actitud del electorado, sobre todo, en situaciones de crisis y cambio de cultura política.

De acuerdo con Moreno la **política moderna se basa más en las elecciones y preferencias individuales que en la negociación de cuotas de poder e influencia entre actores corporativos**. Cuando una sociedad tiende a ser plural y democrática, rompe la cohesión y disciplina de las corporaciones,

como sucede actualmente en nuestro país. Sin embargo permanecen en alguna medida, identidad, pertenencia e intereses, por lo cual siguen vigentes dichos actores.

Ahora bien, en tanto se transforman las reglas del juego, el individuo está alcanzando mayor libertad y tiende a asociarse de otras maneras, en grupos pequeños, que responden más a sus necesidades e intereses cotidianos como son: las asociaciones de consumidores, colonos o vecinos y las relacionadas con otras causas como la ecología, el respeto a la vida y los derechos humanos.

La confianza interpersonal es un rasgo distintivo de las sociedades modernas, la cual ocurre en un contexto de **redes de intercambio**¹³ donde se suceden relaciones cercanas, siendo la **reciprocidad** basada en la ayuda mutua, una característica fundamental de la interacción social. Esas redes de intercambio se refieren no sólo a cuestiones materiales, sino, y esto es fundamental en nuestro análisis, a cuestiones valorativas y afectivas.

La **confianza interpersonal** es definida por Moreno como la manera en que los individuos perciben a los demás individuos; percepción a través de la cual interactúan y realizan acciones en conjunto, con cierto grado de seguridad y de reciprocidad en la interacción social.

En los países de alto desarrollo económico y de sólida estructura política y democráticas existe una mayor confianza interpersonal, ya que estándares de vida más homogéneos pueden producir una mejor identificación entre los individuos, una seguridad más firme y, por lo tanto, con ello se origina un elevado nivel de confianza.

Uno de los aspectos que más influyen en la confianza es la intensidad de la interacción, es decir, **una interrelación más común entre los individuos produce una confianza más segura entre ellos**. Un segundo aspecto que puede determinar la confianza es el ingreso, factor que implica seguridad económica y por lo mismo se convierte en un factor que coadyuva a fortalecer

¹³ Larissa A. de Lomnitz (1975) analiza ampliamente tanto las redes de intercambio como la confianza interpersonal, resaltando que la sobrevivencia de los "marginados" se da en un contexto de redes de intercambio basado en la cercanía física o vecindad, así como en el nivel de confianza existente entre los integrantes de una barriada, siendo la reciprocidad es un factor determinante en la constitución de esas redes de intercambio.

vínculos más estrechos. El intercambio y la reciprocidad basada en la ayuda mutua

En México la confianza interpersonal es baja pero de 1981 a 1990 aumentó sorprendentemente -dice Moreno-, al pasar del 18% al 34% las personas encuestadas que afirmaron que si se puede tener confianza en la gente; sin embargo, la sociedad mexicana sigue siendo eminentemente desconfiada, pues la desconfianza en los mexicanos es un rasgo cultural. De acuerdo con éste autor, para establecer la confianza es necesario el contacto personal, el cual puede darse tanto en relaciones familiares como en las extrafamiliares.

Moreno analiza las relaciones del mexicano en tres variables: la confianza interpersonal, la confianza política y la participación política. Entiende por **confianza política** la percepción positiva, afectiva y evaluativa que tienen los mexicanos hacia el gobierno, y, por otra parte, como participación política, las acciones orientadas a afectar la toma de decisiones gubernamentales. Esta última en dos dimensiones: la convencional que es más bien tradicional y común como el voto y la afiliación partidista, y la no convencional, la cual implica mayores riesgos, como son las acciones de protesta. El autor se pregunta ¿afecta la confianza interpersonal a la participación política en México y qué efectos tiene la confianza política en esa relación?

Después de analizar diversas condicionantes encuentra a la sociedad mexicana como una sociedad mayoritariamente desconfiada en sus relaciones interpersonales y más en su relación con el gobierno; sin embargo, quienes mayor mente confían en la gente (los sectores de mayores ingresos y educación), son también los quienes mayormente confían en el gobierno y en sus instituciones.

Quienes cuentan con mayor confianza interpersonal tienen entre sus prioridades una participación activa en las decisiones gubernamentales, así como la defensa de la libertad de expresión; situación que implica ciertos elementos democráticos, entre ellos, la participación política.

La confianza interpersonal se ha mostrado como algo que facilita la pertenencia y realización del trabajo voluntario en partidos y sindicatos, pues los que confían socialmente predominan sobre los desconfiados en este tipo de organizaciones.

En México, por lo menos en las elecciones presidenciales de 1994, el electorado otorgó mayoritariamente su voto al partido oficial, probablemente por que representó la opción que aseguraba continuar con la paz y estabilidad sociales que tanto valoran los mexicanos. (según vimos en capítulos anteriores), ese partido le brindaba mayor confianza política, reforzándose con ello el argumento de que la **confianza política redunda precisamente en apoyo político.**

Adicionalmente ha de resaltarse que en México es la comunidad quien sustenta el orden social de los mexicanos, donde el Estado tiene preeminencia y las asociaciones juegan un papel importante. Ulises Beltrán señala que en la sociedad mexicana de los noventa existe un fuerte sustrato comunitario, en donde la dimensión afectiva se manifiesta en forma importante, al mismo tiempo que se comienzan a develar elementos que caracterizan a una sociedad abierta, donde la tolerancia y el respeto a las diferencias van cobrando vigor.

En la investigación de Beltrán, Isabel Flores (1996) señala que en el orden comunitario donde la dimensión afectiva es preponderante, se destacan las relaciones sociales y emotivas, siendo un ejemplo de ello, el que el mayor agravio que un mexicano puede recibir es sufrir el rechazo de su familia.

También comenta esta autora que **en nuestra cultura política**, ese sustrato afectivo se manifiesta de forma muy arraigada. En ella, **la confianza, la amistad y la lealtad constituyen categorías culturales centrales, valores que permanecen**". Por último, esta investigación muestra cómo el **liderazgo es un factor importante para la formación del consenso**

El propósito de nuestra tesina es mostrar la validez y capacidad de las Redes de Contacto Personal en campañas electorales, ya que éstas han sido utilizadas por nosotros en diversas ocasiones, con resultados positivos muy alentadores. A partir de los rasgos valorativos de los mexicanos, podemos ir vislumbrando cómo es que esas Redes funcionan con gran efectividad en la generación de confianza entre la población hacia los candidatos, ya que como señala Larissa Lomnitz, la interacción entre los individuos es básica para obtener la confianza que se requiere en las relaciones interpersonales, y diríamos nosotros, para generar la confianza política en la que se fincan las preferencias electorales.

¹ En una nota refiere que "el constructo del control interno afectivo describe la manipulación indirecta del medio a través de habilidades de afiliación y comunicación".

Una de las premisas en las que se basa el funcionamiento de las Redes de Contacto Personal, es que la mayoría de los individuos es capaz de realizar muchas de las actividades políticas, si se le capacita, orienta y motiva adecuadamente. Los resultados de la tesis de Alejandro Moreno nos ayudan a corroborar esta hipótesis, cuando señala que la apatía de la gente por la actividad política (convencional o no), disminuye cuando existe una motivación adecuada que incrementa la facilidad de realizar esas acciones.

A lo largo de nuestra experiencia política en campañas electorales hemos concluido que la gente (por lo menos de la clase media a la que mayormente hemos dirigido nuestro trabajo), le gusta conocer de cerca a los personajes políticos, entre los que se encuentran desde luego los candidatos a puestos de elección popular; le gusta palparlos, conocer sus gustos, costumbres y modos de pensar, por ello reciben con agrado la invitación a entrar en contacto directo con ellos, independientemente de su filiación política o religiosa; y finalmente otorgan su voto a aquellas personas a las que tuvieron oportunidad de conocer personalmente, como seres humanos, más allá de su investidura, pues es a partir de ese contacto e interacción como se produce la confianza e inclusive la relación afectiva que les lleva a determinar su preferencia electoral. Creemos que con ello se afianza el enunciado de Alejandro Moreno en el sentido de que uno de los aspectos más determinantes en la confianza interpersonal es la **intensidad de la interacción.**

Es a partir de la interacción social como puede apreciarse si los individuos cuentan o no con los atributos y valores que para ellos mismos son importantes. Mirar a los ojos de la gente es como echarse un clavado al interior de su alma, y **nada hay más importante en las relaciones sociales que los sentimientos**, mediante los que se proyectan las virtudes y los defectos de las personas. Podríamos decir que la intensidad de las relaciones se propicia a partir del entendimiento y compartimiento de las mismas cualidades y sentimientos. Esta es la posibilidad que brindan las Redes de Contacto Personal al colocar frente a frente a dos sujetos, independientemente de su rango o condición social.

Las Redes de Contacto Personal se integran a partir de vínculos afiliativos, que como ya hemos visto son los que predominan en las relaciones de los mexicanos, ya sea en los negocios o en la política; es a partir de ellos que la comunicación producida en el seno de esas redes se vuelve trascendente, pues es a las personas que conforman nuestras redes familiares y amistosas a quienes respetamos mayormente y en quienes confiamos con mayor facilidad;

y, por lo tanto, de quienes nos dejamos influir más fácilmente, ya que es a ellas a quienes tomamos en cuenta no sólo para enfrentar y resolver nuestros problemas sino para formar nuestras opiniones.

Dado el tipo de relación establecidos en las Redes de Contacto Personal es posible que estén presentes los rasgos que más valoran los mexicanos y que son la franqueza, la lealtad el compañerismo, el sentido del humor, la comprensión y, sobre todo, el respeto. Ha sido con base en éstos valores que a lo largo de nuestra experiencia en la construcción de las Redes para campañas políticas, hemos establecido estrategias de acción política, y por fortuna, la práctica nos ha demostrado su eficacia, con resultados satisfactorios.

A través de la conformación de las redes también hemos podido observar la importancia del liderazgo en la formación de consensos. De ahí que pensemos que las RCP brindan una preciosa oportunidad a los candidatos de ganar a pulso sus liderazgos, al tener que enfrentarse casi sin investiduras a la población que integra esas redes y compartir con ellos sus puntos de vista; al mismo tiempo, las redes contribuyen a que sus integrantes estén en posibilidad de tener mayor confianza en los candidatos que elegirán y por lo tanto también en la realización de una más genuina representación de sus intereses, así como en los actores políticos.

CAPITULO 5

COMUNICACIÓN POLÍTICA EN UNA SOCIEDAD DE MASAS: MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA VS. COMUNICACIÓN ORAL

En este capítulo planteamos algunas consideraciones sobre la importancia de la **comunicación oral** en la formación de las opiniones individuales, en virtud de que las Redes de Contacto Personal utilizan ese medio de comunicación, tanto para atraer a sus integrantes, como para promover los puntos de vista que interesan a los candidatos para los que son formadas. También, porque la comunicación oral es la base de los diálogos abiertos que se propician entre el candidato y los electores, a través de las propias redes, impactando de ese modo el curso o la preferencia política de los individuos que participan en ellas.

5.1 Influencia de los medios de comunicación masiva en el comportamiento político

Mucho se ha discutido sobre el papel de los medios de comunicación masiva en la sociedad: su influencia, alcances, niveles de penetración e intenciones que conllevan los mensajes que transmiten. En general se supone que los medios de comunicación logran la aceptación por parte de sus receptores y hasta se piensa que son los "culpables" del cambio axiológico que se ha venido dando en el mundo durante el presente siglo.

Diversos estudios han acotado esa interpretación, tal es el caso de Irving Janis quien (Wilbur Schramm, 1980) quien afirma que, en general, **el efecto neto de la comunicación a través de medios dirigidos a masas, tiende a ser muy limitado**, pues únicamente consiste en reforzar creencias y actitudes preexistentes. Los intentos por ocasionar cambios en los prejuicios sociales y en los estereotipos políticos a través de los medios de comunicación masiva, generalmente tropiezan con un grado de resistencia psicológica extraordinariamente alto.

En ese sentido se ha encontrado que **el efecto más notable de los medios de comunicación masiva consiste en mantener el statu quo, en reforzar las creencias y lo puntos de vista de los públicos a quien se dirigen, en virtud**

del alto grado de selectividad con que las personas reciben los mensajes que esos medios transmiten.

Al exponer cuál es la influencia de los medios masivos de comunicación en el comportamiento político, Joseph T. Klapper (1982) señala:

- Las personas experimentan las mismas presiones sociales de manera diferente.
- Las reacciones ante la persuasión están determinadas no sólo por quién lo dice o lo que se dice, sino también por las características sociales y la personalidad del individuo a quien se dirige el mensaje.
- Las personas tienden a leer, observar o escuchar los mensajes que presentan puntos de vista con los cuales sienten afinidad o simpatía y tienden a evitar los que les ofrecen puntos de vista diferentes. Se ha demostrado que las personas recuerdan el material que refuerza su propio punto de vista, mucho mejor que aquél que aquél contraría ese modo de pensar. En otras palabras, tanto la retención como la exposición a mensajes son altamente selectivas.
- La percepción o interpretación de los mensajes es también muy selectiva y esto quiere decir que posiblemente las personas expuestas a mensajes contrarios a su interés o simpatía, deformen el contenido de ellos, de tal manera que perciben el mensaje como si reforzaran su punto de vista.

En síntesis, resulta que: a) si las personas tienden a exponerse a la comunicación masiva según sus puntos de vista e intereses, b) tienden a evitar otras formas de ver las cosas, c) a no registrar las posiciones contrarias a sus puntos de vista, d) a olvidar los mensajes contrapuestos y, e) a recordar deformadamente la información que reciben, contraria a su parecer, entonces, es poco probable que la comunicación de masas modifique radicalmente sus puntos de vista. Así, para Klapper **la comunicación masiva es un medio más propicio al refuerzo que al cambio.** De acuerdo con esos planteamientos podemos afirmar que si los partidos requieren de la captación de votos no fieles durante la realización de campañas electorales, deben realizar la búsqueda de ellos no a través de los medios de comunicación masiva, sino de otros instrumentos como pueden ser las Redes de Contacto Personal, las cuales utilizan a la comunicación oral como vehículo fundamental para hacer llegar los mensajes al público al que desean dirigirse.

5.2 Importancia de la comunicación oral en una sociedad de masas

De acuerdo con lo anterior, para las campañas electorales resulta trascendental conocer cuáles pueden ser los efectos particulares que se ejercen a través de la comunicación personal, comparados con los que se efectúan a través de los medios masivos ¿Quiénes son los que “influyen” en las personas o se constituyen en sus guías o “líderes de opinión?” y ¿cómo ejercen su influencia esos líderes para establecer estilos en las ideas y la conducta? (Lazarsfeld y Menzel, 1982) Esos interrogantes se encuentran entre los principales tópicos de estudio existentes alrededor de la comunicación y para el caso de campañas electorales conviene conocer sus respuestas, ya que pueden sugerir la pauta sobre nuevas estrategias de comunicación con técnicas especializadas, como son precisamente las Redes de Contacto Personal.

El estudio de casos particulares ha ayudado a comprender las ventajas específicas que presenta la **comunicación personal** respecto de la que se realiza a través de los medios masivos, encontrándose lo siguiente:

La comunicación oral tiene mayor probabilidad de incidir en las personas que todavía no toman una decisión, que a través de los medios dirigidos a masas, debido a que esa influencia se ejerce de manera imprevista o casual, como tema secundario o lateral en una plática, siendo en consecuencia que por su “inocencia o casualidad” sea más probable que alcance el objetivo deseado entre personas indecisas sobre un tema en cuestión, así como entre los reacios; mientras que cuando se reciben mensajes a través de los medios de comunicación masiva; esos mensajes están más propensos al rechazo inicial, en virtud de que con frecuencia el receptor ya presume los propósitos que conllevan, y por lo tanto aplica el criterio de selectividad.

El impacto de la comunicación oral sobre las personas es mayor que el ejercido por los medios de comunicación masiva, pues el contacto personal es más convincente al tener la posibilidad de intercambiar opiniones y replicar, posibilitando con ello un cambio inmediato y una retroalimentación instantánea. Una persona, a diferencia de un medio, es capaz de recurrir a razonamientos y argumentos que guardan una relación personal e inmediata con el receptor, mientras que un medio de comunicación no tiene esta posibilidad de discernir junto con su interlocutor. Además, cuando alguien cede a la influencia personal de otro para tomar una decisión, la

recompensa en la aprobación es inmediata y personal. Por ello prestamos mayor atención a quienes recurren a nosotros para obtener consejo político o a quienes tratan de convencernos de sus propias ideas, sin necesariamente tener en cuenta si son más educados que nosotros o si ocupan posiciones más prestigiadas, para dejarnos influir por ellos y considerarlos como líderes de opinión. Adicionalmente podríamos mencionar que el control social se ejerce más debido a la influencia personal que a la comunicación colectiva. Aunque fuera empíricamente las ventajas señaladas han sido recogidas por las Redes de Contacto Personal, alcanzando con ello el objetivo de conquistar votos de los indecisos, abstencionistas y opositores no radicales o no fieles a un sólo partido político.

5.3 Influencia de los líderes de opinión en las actitudes políticas personales

Una de las premisas centrales del funcionamiento de las Redes de Contacto Personal reside en considerar que: a) no se requiere una mayor experiencia política para participar en campañas electorales, sobre todo en las áreas de promoción de los candidatos y, que b) en general, pueden detectarse o formarse líderes de opinión en un proceso electoral determinado, que no necesariamente correspondan a los tradicionalmente reconocidos como tales por los partidos políticos, las asociaciones civiles u otros grupos. De tal suerte que las Redes de Contacto Personal, en el transcurso de su trabajo, van identificando y captando a aquéllos que potencialmente pueden fungir como líderes de opinión y que están dispuestos a colaborar en la promoción del voto a favor de un candidato.

La importancia de la influencia personal en la toma de decisiones electorales apareció inicialmente en un estudio llevado a cabo con motivo de las elecciones presidenciales de 1940 en los Estados Unidos, (Lazarsfeld y Menzel, 1982). A través de él se determinó que el liderazgo de opinión no es una característica innata o general de una persona, sino es ganada por el nivel de información adquirida por los individuos a través de su actualización en revistas, programas de radio o televisión, conferencias, etc.¹⁹ Dicho estudio

¹⁹En ese estudio también se encontró que generalmente los líderes de opinión están más interesados en los temas de actualidad, por ejemplo en las elecciones, que el ciudadano medio, y considerablemente más influidos por la radio, los periódicos y las revistas. Los líderes de opinión se forman en temas específicos, por lo tanto, son distintos los que destacan en un tema u otro, registrándose muy poca superposición recíproca de liderato: un

también dejó establecido que, además del interés, los líderes de opinión están señalados por determinadas características sociales:

a) Ocupan posiciones consideradas por la comunidad como adecuadas para otorgarles autoridad en el tema: tal es el caso de las mujeres de más edad, en las familias numerosas y que han sido conceptualizadas como asesoras de mercado debido a su mayor experiencia.

b) Son personas sencillas y de tendencias gregarias que se relaciona con mucha gente, especialmente con aquéllas interesadas en cada uno de los temas de su interés.

c) Cuentan con información apropiada proveniente del exterior de su círculo más cercano.

d) Los líderes de opinión están influidos especialmente por los medios adecuados a la esfera que encabeza. Por ejemplo, los líderes de modas leen más revistas de modas, los líderes de opinión sobre películas leen más revistas de cine, y así sucesivamente.

El artículo que venimos comentando señala que los líderes de opinión, con más frecuencia que otros, son las personas que más defendían la posición del partido de su preferencia, en todos los aspectos posibles. También se probó que eran miembros de más organizaciones, pues presentaban mayor probabilidad de conocer a los trabajadores del partido político y que con mayor frecuencia se veían influenciados por los medios de comunicación de masas; mostrando, sin embargo, mayor propensión que los no líderes a obtener información y pareceres de otras personas.

La influencia personal de los líderes de opinión resultó ser semejante a la de los medios de masas: las personas prefieren "discutir", sobre todo, con aquéllos quienes están de acuerdo; la mayoría de las controversias políticas se llevan a

líder en una escuela no tiene probabilidad de influir en otra esfera no relacionada con su tema.

En cuanto a las opiniones políticas, se advirtió cierto grado de liderazgo concentrado en las capas sociales y económicas más elevadas, localizándose con mayor frecuencia entre aquéllos individuos que demostraban un interés más profundo en el asunto en cuestión.

cabo entre individuos con características semejantes en cuanto a edad, ocupación y tendencias políticas y sólomente un pequeño porcentaje de las discusiones posee cierto grado de razonamiento o argumentación entre los participantes.

Durante la campaña presidencial de los Estados Unidos en 1948, según Lazarsfeld, se registró una mayor tendencia al cambio de opinión entre las personas que tenían discusiones con quienes apoyaban al partido contrario a su preferencia inicial y por el cual tenían la intención de votar; siendo esos cambios de opinión más comunes, mientras más resistencia encontró el individuo entre los miembros de su familia, amigos o compañeros de trabajo, en cuanto a la intención original del voto que pretendía emitir ese individuo.

Con los elementos señalados pueden identificarse algunas ventajas de la comunicación personal sobre la masiva en materia de persuasión política: las personas que sostienen opiniones contrarias son influidas con mayor facilidad por la comunicación personal y se vuelven menos defensivas una vez que han sido convencidas, así mismo, experimentan la satisfacción inmediata de la aprobación del interlocutor cuando se llega a un acuerdo con él.

Ahora bien ¿en qué situación, por qué causa o en qué elementos se encuentra la razón por la cual los hombres se ven influenciados por los líderes de opinión? ¿qué ocurre con sus particulares puntos de vista? La explicación de la importancia de la comunicación personal debe buscarse, por un lado, en la inseguridad que causa la falta de conocimientos, que con frecuencia es subestimada y, por el otro, en la gran cantidad de información existente que lleva a la saturación informativa de los individuos.

En cuanto a la inseguridad podemos señalar a la falta de conocimientos como una de las condiciones que propician que las personas escuchen y se dejen influenciar por las opiniones de aquéllas a las que consideran más aptas o más conocedoras del tema en cuestión, ya sea por el nivel de relaciones, de información o de círculos compartidos por esos personajes, las cuales las hacen ser considerados como líderes de opinión.

Además, dado que la gente se ve ahogada por una avalancha de mensajes en revistas profesionales, asambleas, conferencias, comerciales, etc., no está en posibilidad de enfrentarse a tal abundancia de datos, precisamente en virtud de la falta de solidez de sus conocimientos, los cuales no le permiten ni siquiera

seleccionar inteligentemente aquéllos a los que debe prestar atención. Esta situación le causa confusión y, por lo tanto, no es de sorprender que la gente recurra a los colegas más cercanos e informados para compartir el peso de la selección y evaluación de la información que habrá de procesar y guardar.

Más adelante Lazarsfeld comenta que durante la campaña electoral de 1950 en los Estados Unidos, se intentó definir a las personas más susceptibles dejarse influenciar por otros concluyendo que: La mayoría atribuyó a sus líderes, opiniones semejantes a las propias y aquéllos que advirtieron desacuerdo entre sus opiniones y las de algunos de los líderes que nombraron durante la campaña, mostraron tendencia a cambiar sus opiniones en la misma dirección que atribuían a sus líderes. Este efecto fue igualmente fuerte para los líderes formales e informales y más fuerte entre los más apáticos políticamente.²⁰

En resumen se tiene lo siguiente: a) las personas que leen y oyen más acerca de un asunto de su interés, son aquéllas cuyas opiniones y propósitos están menos dispuestas al cambio; b) el efecto producido en ellos por los mensajes es de corta duración sobre todo en materia política; c) las decisiones políticas se ven más afectadas por el contacto personal entre personas miembros de la familia, amigos, vecinos y compañeros de trabajo, que directamente por los medios de masas; d) las discusiones políticas son más comunes entre aquéllos cuyas opiniones son más sólidas, puesto que tanto las discusiones repetitivas como las creencias firmes, son corolarios de un fuerte interés en la política; e) las personas que sostienen el mayor número de discusiones políticas son las menos propensas a modificar sus actitudes; f) existen menos cambios de intención respecto del voto, entre aquéllos que discuten políticamente con frecuencia, que entre aquéllos que no lo hacen; g) se advierte cierto grado de liderato concentrado en las capas sociales y económicas más elevadas; h) el flujo de transmisión de la información ocurre en tres niveles: de los medios de comunicación masiva a los líderes, de líder a líder y, finalmente, del líder al receptor final.

El impacto y el resultado ofrecido por la influencia personal de los líderes de opinión en las tendencias electorales de los ciudadanos, es un aspecto que las

²⁰ No obstante, el acoplamiento a las opiniones supuestas de los líderes informales se dieron más vigorosa y frecuentemente entre los sectores menos educados y más viejos; mientras las de los líderes formales sucedieron entre los medianamente educados y más jóvenes.

Redes de Contacto Personal han tomado en cuenta para su trabajo, aunque empíricamente como ya lo anotamos en la presentación de nuestra tesina.

A la fecha han sido varias²¹, las campañas en las que hemos trabajado para instrumentar ese tipo de redes, llevando el mensaje político a la población abiertamente o no, identificada como simpatizante de algún partido político; en todos los casos, hemos encontrado resultados favorables en las opiniones a cerca de los candidatos presentados, así como cambios positivos en las personas que antes de participar en alguna cadena o red de contacto personal, habían tenido una opinión contraria o diferente, a los candidatos o al partido.

En todos los casos observamos que **el contacto personal es indudablemente el mejor de los medios para ganar adeptos, para cambiar opiniones y para crear ambientes públicos favorables a los candidatos** logrando, inclusive, multiplicar la labor proselitista por personas que antes de ingresar o participar en las Redes de Contacto Personal, se sentían ajenas tanto a la actividad política como al partido o candidato en cuestión.

Por otro lado, a través del trabajo con las Redes hemos observado que **la mayoría de las personas son líderes en potencia** y sólo requieren de una motivación adecuada brindarles la seguridad necesaria para mostrar sus capacidades de liderazgo. Además, dicha actividad nos brinda la posibilidad de mostrar esas cualidades para obtener el reconocimiento que siempre deseamos o hubiéramos deseado tener y que veíamos ajeno o fuera de nuestro alcance.

²¹ Desde 1976 iniciamos de manera incipiente este trabajo en la campaña para diputado federal del XVI Dto en el DF, posteriormente en Querétaro, en 1982 en campaña para senador; más tarde en el Primer Distrito de Aguascalientes en 1985, así como en el Dto. XXXVIII del DF, ambos en campañas para diputados; en 1989, en la campaña para gobernador de Baja California; en 1991 en Querétaro, en campaña para senador y, finalmente en la campaña que ocupa esta tesina, además de otras a las que se les ha brindado asesoría. Vale la pena resaltar que este mismo método de trabajo se ha implementado en el ámbito administrativo y social, que aún en términos comerciales y no siendo nosotros los implementadores, esta técnica resulta efectiva, tal es el caso de Amway y otras empresas de multinivel.

5.4 Influencia de los medios de comunicación masiva en resultados electorales

¿Qué efectos producen los medios de comunicación masiva en resultados electorales? ¿Existe alguna diferencia en los resultados de la elección si una gran mayoría de los periódicos apoya a un partido? ¿sobre qué tipo de información se basa un elector para decidir acerca de la forma en que ha de emitir su voto? ¿Es la influencia personal más importante que los medios de comunicación masiva en las decisiones de una votación?

Para Ithiel de Sola Pool (1982), dado que para muchos de los ciudadanos comunes es difícil distinguir cabalmente las particularidades de uno u otro partido, permanecen indecisos hasta el día de la elección y, por ello, se dice que son los electores comunes, no los militantes, los que tiene la última palabra.

De ahí la necesidad de saber cómo determina su voto ese elector que se localiza en medio de la indefinición y atrapado en la duda. ¿Se trata de un elector no comprometido ni afiliado a un partido, o dispuesto a cambiar? ¿Qué más se puede decir acerca del tipo de persona que es? ¿qué lee? ¿qué es lo que modifica su decisión respecto al voto, de una elección a otra?

Por principio puede comentarse que el número de esas personas que tienen la balanza del poder en sus manos, cuando menos en Estados Unidos alcanza aproximadamente, a la tercera parte del público, quizá un poco más, de acuerdo con el propio De Sola Pool.

Desde luego, en algunas ocasiones estos individuos ubicados en la indefinición ni siquiera votan, ya que demuestran menos interés en la política que los votantes más comprometidos. El elector indeciso pocas veces es una persona juiciosa y objetiva; por lo común, se trata de individuos relativamente apáticos, mal informados y apolíticos, susceptibles a la influencia que se ejerce sobre ellos y necesitados de esa influencia para participar en la vida pública, pues en ese sentido carece de iniciativa propia, pero ¿qué es lo que influye sobre él?

En los Estados Unidos, afirma Di Sola, los indecisos son atraídos sobre todo, por los periódicos y la televisión, sin embargo no se ve afectado por ellos en la forma en que podría esperarse. Por lo general los medios de comunicación masiva no cambian su opinión.

Ithiel refuerza las opiniones de Klapper al señalar que estudios acerca de la conducta de los electores han manifestado que éstos últimos buscan y leen las declaraciones del candidato al que apoyan. Este proceso de percepción selectiva significa que el elector, aún cuando lea periódicos que favorezcan sensiblemente a los partidos o candidatos contrarios a los de su preferencia, podrá aislarse con éxito para evitar cambiar de opinión, inclinándose a leer sólo lo que le interesa o prefiere.

La segunda razón por la que fracasan los medios en la conversión de muchos electores, se relaciona con la medida en que los individuos se interesan más en la política; así, en el transcurso de alguna campaña electoral sus opiniones se vuelven más sólidas. Aquellos individuos que tienden a leer escritos sobre política o a escuchar discursos políticos, son quienes poseen opiniones firmes las cuales no cambiarán durante una campaña electoral.

Por otro lado, **el principal efecto de los medios de comunicación masiva respecto de una elección consiste en presentar ante el público los temas a debate.** Una vez captado el interés de las personas, su decisión a corto plazo estará más sometida a la influencia de los estímulos personales que a los medios de masas. La influencia personal de la familia, los amigos y vecinos, prevalece sobre la de los medios porque las personas comentan acerca de él, cara a cara, con más argumentos y con mayor tiempo y frecuencia.

Por ejemplo, en los estudios señalados acerca de elecciones en Estados Unidos muestran que a medida que se desarrolla una campaña, la opinión de las familias, grupos de amigos u otros grupos sociales, se vuelve homogénea. No son los diarios que acostumbra a leer la familia los que resuelven la orientación del voto, éstos únicamente los hace comentar; es la influencia personal en la conversación frente a frente lo que provoca la mayor parte del cambio.

Para Ithiel de Sola la conclusión es que **el ambiente primario de una comunidad sigue siendo el lugar en que se conforman las opiniones de los individuos, incluso en una sociedad tan moderna y urbana como es la de los Estados Unidos (diríamos nosotros que también, y aún mucho más, en México, por ser un país donde las relaciones familiares y comunitarias siguen jugando un papel de importancia fundamental en la vida de las personas).**

Para una campaña electoral que se lleve a cabo en una sociedad moderna, los medios de comunicación masiva son indispensables porque, por un lado, señalan la genda de las discusiones y por otro, una vez que han señalado los temas de interés público, funcionan como elemento unificador de grupos plurales (de "cara a cara") en el seno de los cuales se forman las opiniones; aunque no hayan servido para cambiar el sentido del voto.

La utilidad de los medios de comunicación masiva se encuentra en determinar los temas políticos que provocan polémica los ciudadanos en cuanto a su agenda de discusión; provocan que las personas poco interesadas en la política en los periodos en los que no se suceden campañas electorales y que se encuentran absortos en cuestiones privadas, vuelvan regularmente al ágora pública para tratar cuestiones de Estado.

En resumen, la influencia directa de los medios de comunicación masiva puede verse seriamente disminuida cuando el interés público llega hasta el punto de movlizar el sistema de comunicación oral, más lento, pero fundamentalmente más persuasivo.

Desde el inicio de esta tesina revelamos que el propósito de ella es sistematizar la experiencia política que hemos desarrollado desde hace veinte años, así que para nosotros ha sido verdaderamente sorprendente y alentador conocer la preocupación de otros autores sobre el papel que juegan, tanto los medios de comunicación masiva, como la comunicación oral y los líderes de opinión sobre el electorado durante las campañas políticas, así como constatar que los resultados que ellos han encontrado son similares a los que nosotros hemos obtenido en nuestra experiencia, dándonos siempre el éxito esperado en las campañas electorales.

Por ello podemos concluir que el contacto personal entre los electores y los candidatos es fundamental para conquistar la confianza y posteriormente la simpatía y votación de los electores. Antes de elaborar esta tesina no sabíamos por qué los resultados obtenidos en nuestro trabajo siempre han brindado los resultados esperados, a pesar de que en múltiples ocasiones, el proselitismo que realizamos ni siquiera cuenta con la presencia del candidato, más aún, el trabajo de las redes está diseñado para realizar una campaña permanente sin su presencia.

De acuerdo con los temas tratados en éste capítulo no nos queda la menor duda de que el éxito ha residido en el contacto personal que se tiene con la población seleccionada y en permitir el florecimiento de tantos líderes de opinión entre el electorado al que nos dirigimos, como personas que deseen alcanzar a través de las redes el reconocimiento que todos los seres humanos requerimos y no nos atrevemos a buscar. Aunque queda pendiente de resolver cuáles son las motivaciones personales o psicológicas que provocan en las personas hacer más caso o prestar mayor atención a las recomendaciones u opiniones dadas a ellos frente a frente, de manera personal y no masiva e impersonal.

La atención individualizada, en política como en otros campos como el comercial y el médico, sigue siendo hasta hoy la mejor manera de comunicar lo que queremos transmitir y ésto no debe soslayarse, sobre todo, en procesos electorales de alta competencia política. El dilema sería ¿cómo llegar a poblaciones numerosas de una manera personal? Las Redes de Contacto Personal son una alternativa.

CAPITULO 6

LAS REDES DE CONTACTO PERSONAL

ESTA TESIS
SALIR DE LA
NO DEBE
INFLUENCIAR

6.1 Caracterización de las redes

Mediante el método de la **observación participante** promovido en diversas disciplinas, aplicando la imaginación sociológica recomendada por Wright Mills (1996) y haciendo abstracción de nuestra práctica política, hemos podido sistematizar y fundamentar, con la ayuda de los autores a los que nos hemos referido a lo largo de esta tesina, nuestra experiencia en materia de promoción y organización política.

A través de la propia experiencia hemos descubierto empíricamente muchos elementos que favorecen la participación social, identificando algunos factores que propician o no la actividad política entre la gente común y diseñando con ellos estrategias para estimular dicha participación.

A partir de observar la actuación de algunos militantes del PRI en distintos momentos o actividades políticas así como la manera en que la sociedad ha venido respondiendo a sus convocatorias, hemos observado el distanciamiento que se ha venido dando entre el pueblo de México y ese instituto político, el gobierno y el sistema político nacido de la Revolución. Frente a esa realidad planteamos las siguientes interrogantes: ¿serán solamente las razones económicas, las políticas gubernamentales, las crisis del sistema, las que han distanciado a la población del Revolucionario Institucional? ¿qué otros factores han influido? ¿cómo se distinguen esos factores? ¿cómo superar esa situación, si quiere (el PRI) mantenerse en el poder? ¿será posible?

Nosotros creemos que si, si, si se toman en cuenta las inquietudes, las formas de pensar y las maneras de actuar de los mexicanos de los noventas o más bien de finales del milenio. Si, si no se continúa buscando que sea el pueblo quien se adapte a las formas y expectativas del sistema o del Revolucionario Institucional, en vez de que sea al revés. El PRI se necesita impregnar su comportamiento de sentido humano, **humanizarse**, mostrar el rostro humano de sus dirigentes, con sensibilidad, como individuos a quienes también afectan los problemas cotidianos y no solamente como entes que aparecen y desaparecen cuando las circunstancias políticas lo requieren.

De acuerdo con nuestra experiencia política, la humanización del quehacer político es un factor que la gente común y corriente toma muy en cuenta a la hora de definir sus preferencias electorales. Y es ahí donde ha residido el éxito del trabajo que hemos llevado a cabo, pues a través de la integración de **redes de promotores del voto, redes ciudadanas o redes de amigos**, como les hemos llamado, es que los candidatos se han acercado al electorado bajo una perspectiva humana y no solamente política, al entrar en contacto con aquellas necesidades de los electores que no son puramente materiales pues se refieren más bien a sentidos, como es el caso de la violencia intrafamiliar, por ejemplo o lo derechos humanos y que, por cierto, de acuerdo con lo señalado en el capítulo cuarto de nuestra tesina, son las que contribuyen a generar o propiciar la confianza, factor determinante en la preferencia electoral. Una muestra de que nuestros postulados son ciertos y de que la gente busca el lado humano de sus dirigentes, es el hecho, por ejemplo, de que haya una asistencia masiva a bailes populares organizados por el Partido de la Revolución Democrática (PRD), mismos el PRI ha sido incapaz de realizar debido a la rigidez que caracteriza el comportamiento de sus militantes. El PRI se ha alejado del sentir de la población.

Así, teniendo en cuenta esa problemática es que hemos diseñado el trabajo de las **Redes de Contacto Personal**, como un mecanismo para ampliar el radio de acción del proselitismo que lleva a cabo el PRI en campañas electorales, aunque también las hemos utilizado en otros foros, con igual éxito en los propósitos planteados.

Las Redes de Contacto Personal son cadenas humanas que se van conformando a partir de la interacción social efectuada en los ámbitos cotidianos de los ciudadanos, ya sean vecinales, laborales, etc. Se estructuran a partir de núcleos familiares y de amistad vinculados por un propósito específico, en tiempos determinados. Hasta hoy la existencia de las que se han utilizado con fines electorales ha sido perentoria, la mayoría de las veces, aunque eso ha sucedido más bien por falta de seguimiento y no del alcance que potencialmente tienen.

Las redes permiten nuevas formas de interacción política porque se acercan mayormente a los esquemas del comportamiento social, permitiendo con ello disminuir el miedo que la gente siente al participar en actividades políticas debido a la inseguridad que le causa, entre otras cosas, su falta de

conocimientos (como pudo verse en el capítulo quinto de esta tesis), por ende propician el incremento en los niveles de confianza y de participación de la gente poco comprometida con actividades políticas.

Esa situación nos permite destacar otra de las ventajas que ofrece la utilización de redes de contacto personal pues debido a sus características de operación e interacción, propician la participación de segmentos de la población que normalmente no gustan de participar en actividades políticas, como pueden ser amas de casa, jóvenes o personas de la tercera edad, pues son individuos que tampoco se comprometen en situaciones que implican mayor responsabilidad, además de aquellas que no tienen una posición político-ideológica bien definida.

Las redes se han conformado para promover la participación política de segmentos de la población generalmente apáticos, indecisos, inseguros y volátiles en cuanto a su definición o la determinación de su voto, siendo ahí donde reside la importancia del papel que juegan, pues es precisamente hacia los "indecisos", hacia donde dirige gran parte de sus esfuerzos, en virtud de ser ellos los que definen en última instancia el resultado de las elecciones. También, por que debido a su indecisión esos segmentos se esconden en el anonimato hasta el último día antes de la elección, complicando la previsión de resultados electorales.

Como hemos visto, al revisar tanto los valores de los mexicanos como la influencia que ejerce la comunicación oral en el cambio de pensamiento y actitud política, las redes de contacto personal operan a través de los hilos del tejido de la interacción social, destacándose la opinión de las personas de mayor influencia en la comunidad como pueden ser los padres, hermanos, amigos y maestros. Nuestro trabajo de integración de redes, a diferencia de quienes buscan coordinar la acción social a través de líderes ya establecidos, detectan a personas que pueden constituirse en **líderes naturales**, propiciando así la formación de **nuevos líderes**.

El nivel de responsabilidad que alcanza la participación de sus integrantes se basa en la **confianza** y en la cercanía, más que en programas de compleja ideología. La labor que desarrollan sus miembros es simple, pero eficaz. A diferencia de otras organizaciones, su estructura es frágil y poco compleja, ya que las jerarquías son casi inexistentes, así como la autoridad. El trabajo que realizan es voluntario y con metas de corto alcance.

Durante las campañas políticas en que se han utilizado redes se ha brindado la posibilidad a los candidatos de fincar vínculos de tipo **afectivo** con el electorado, porque su interacción es personal y familiar, en vez de autoritaria y distante; los candidatos se vinculan con los participantes a través de los valores más apreciados por los mexicanos, mismos que normalmente no son expresados en las organizaciones políticas formales.

Las redes de contacto personal desarrollan sus actividades aprovechando las ventajas que ofrece la **comunicación oral**, a través del contacto cara a cara, así como del papel que juegan los líderes de opinión en las comunidades.

Creemos que uno de los factores que han influido en el éxito de las redes de contacto personal son las recompensas que reciben los ciudadanos al participar en ellas, como son el sentido de **status** y el sentido de **pertenencia**, recompensas que Panebianco(1990) reconoce como selectivas. Otro de esos factores ha sido la utilización de la comunicación oral, pues como vimos en otros capítulos, propicia el cambio de actitudes de los electores, resultando más efectiva que la de los medios de comunicación masiva debido a que la primera se basa en la confianza interpersonal y la segunda sirve fundamentalmente para determinar la agenda de discusiones de los electores o para reforzar sus opiniones.

Por último, las Redes de Contacto Personal ejercen una mayor influencia entre sus integrantes, por la inmediata recompensa o gratificación emocional que ocurre entre quien emite el mensaje u opinión y el que lo recibe o cambia de parecer, al producirse el intercambio de opiniones y actitudes.

Creemos que los resultados obtenidos han sido satisfactorios porque el intercambio de opiniones realizado entre los miembros de las redes y los candidatos, se finca en intereses del electorado que además de atender a las necesidades básicas de los ciudadanos, considera otros como son el medio ambiente, el maltrato a la niñez o la limpieza de una barranca; es decir, las redes incluyen en sus agendas tópicos cotidianos de la comunidad, gracias a la facilidad dada a sus integrantes de expresar sus ideas o planteamientos y al estímulo generado a su participación, a través del reconocimiento a las actividades realizadas con esmero y dedicación

Ahora bien, teniendo en cuenta que el trabajo político que hemos desarrollado se ha efectuado entre sectores de clase media urbana, nuestras conclusiones se remiten a ese segmento de la sociedad, aunque presuponemos que puede ampliarse a otros sectores.

Resumiendo, podemos señalar:

- a) Las redes de contacto personal resultan eficaces y dinámicas debido a que se constituyen a partir de lazos de amistad donde reina la confianza, el respeto y el aprecio entre los individuos por los valores que caracterizan a los mexicanos de los noventa, además de que privilegian la comunicación oral, el contacto cara a cara y la participación de líderes de opinión naturales.
- b) La gente común gusta de participar en las RCP debido a la comodidad con que se desenvuelven en ellas, pues no se hace evidente su falta de conocimientos o de destreza en actividades políticas, por el contrario, reciben permanentemente el reconocimiento por las tareas llevadas a cabo en favor de la red, así como por su capacidad de liderazgo.
- c) Un factor que facilita la participación en el trabajo de las RCP es el carácter coyuntural para el que son constituidas, mismo que facilita el compromiso de la gente, al tener que descuidar sus actividades normales sólo por un período corto de tiempo, sin más obligación que el propio compromiso adquirido y al recibir constantemente el reconocimiento a sus tareas, además de las recompensas de status a las que se refiere Panebianco.
- d) Un elemento más que distingue el trabajo de las redes es el carácter voluntario de sus integrantes, con lo que se logran no sólo grandes economías monetarias sino políticas, pues en la mayoría de los casos, quienes participan en ellas lo hacen por la mera satisfacción de participar en una tarea que los provee de reconocimiento, estatus y sentido de pertenencia.
- e) Las redes además se constituyen en un medio propicio para legitimar el triunfo de los candidatos, así como para afianzar su liderazgo, pues su operación y funcionamiento pueden ir más allá de períodos electorales.
- f) El trabajo de las redes es complementario al de los partidos políticos, tornándose relevante cuando logran ampliar la penetración de esos partidos hacia segmentos de la población que por diversas razones, ya sea por intereses

creados con anterioridad en la comunidad, por el rechazo hacia el partido ya manifestado en otros tiempos electorales o por conflictos preestablecidos, no permiten la vinculación de militantes del PRI con esa población y si en cambio se logra esa comunicación a través de lazos familiares o de amistad.

6.2 LA CAMPAÑA DE MARÍA DE LOS ANGELES MORENO

1994 será recordado por todos los mexicanos y aún por extranjeros como un año crucial para la historia de México en el que confluyeron asombrosos acontecimientos que influirán en el país por muchos años. Un año de crisis y catarsis en que se sacude la conciencia de los mexicanos, en donde los sueños en los que estábamos envueltos, cayeron desmoronados precisamente el día en que se inauguraba la entrada de México al primer mundo con la puesta en marcha del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá.

El levantamiento armado en Chiapas con el consecuente asombro, incredulidad y vergüenza de los mexicanos al ponerse en evidencia la desigualdad y la injusticia que se vive en el otro México, el que normalmente desatendemos. Y en el otro vértice, la inefable depravación del narcotráfico, con su secuela de crímenes e inestabilidad en la que podría inscribirse el asesinato del candidato presidencial del PRI, Luis Donald Colosio Murrieta. Estábamos ante un país distinto que todavía no identificaba bien a bien la salida del remolino en el que parecía hundirse.

En ese ambiente enrarecido se desarrollaron los comicios para la renovación de las Cámaras, dos gubernaturas y la Presidencia de la República, haciéndose necesario encontrar los mejores candidatos para asegurar el triunfo del PRI, al que de manera especial preocupaba el Distrito Federal, pues ya en 1988 las elecciones habían sido seriamente impugnadas por el Partido de la Revolución Democrática; se hablaba de un amplio fraude electoral del que poco sabremos, porque los archivos electorales "resguardados" en la Cámara de Diputados fueron consumidos por las llamas, en un incendio.

De ahí que se pensara en una mujer como candidata para el DF, esperando que esa condición generara la confianza necesaria en el electorado para conquistar su voto. María de los Angeles Moreno Uriegas fue designada Candidata del PRI al Senado de la República, por considerársele como una figura destacada en la política de ese tiempo, además de pertenecer al equipo de Carlos Salinas, Presidente de México.

María de los Angeles contaba con una militancia de más de veinte años en el PRI, había sido diputada plurinominal y había desempeñado diversos cargos en el sector público, curriculum que la hacían merecedora de esa candidatura,

6.2.1. Antecedentes de la campaña

Ganar la Capital de la República era todo un reto para el Revolucionario Institucional y sus candidatos, lo era también para cualquier partido o candidato.

En la Capital de la República habitan más de ocho millones de habitantes que cuentan con el nivel de educación más alto del país, equiparable inclusive al de países desarrollados, al resultar que sólo el 3.9% de la población mayor de 15 años no cuenta con educación básica y que por el contrario, 44% de la población mayor de 15 años, ha recibido educación media y superior, siendo que en el conjunto del país esos porcentajes son, respectivamente, de 10.4 y de 26.9.

La mejor dotación de servicios públicos de México está en el Distrito Federal, donde el 93% de los hogares cuenta con agua, el 93.8% de ellos están conectados al servicio de drenaje y el 93% recibe energía eléctrica, en tanto que en el resto de las entidades federativas esos niveles están por debajo de los mencionados (79, 64 y 87%, respectivamente).

Podemos añadir que mientras en nuestra ciudad el 96.5 % de los partos se atienden en hospitales y el 97% de los niños de 6 a 11 años asisten a la escuela, en el resto de las entidades federativas esos porcentajes son de 69 y 80, reciprocamente.

Teniendo en cuenta esos niveles de bienestar, además de la amplitud y calidad de la información que se difunde y divulga en la Capital de la República, el reto de conquistar la simpatía del electorado era muy grande, pues el nivel de exigencia de los ciudadanos en esta Capital también es muy grande, debiendo diseñarse una estrategia para que el público se percatara de que los candidatos del PRI sí correspondían a las expectativas que tiene respecto de las cualidades personales y profesionales que deben poseer sus representantes.

Adicionalmente, el número de habitantes y la extensión geográfica de la ciudad hacían más amplio el desafío de la comunicación. Por ello se diseñaron diferentes programas encaminados a posibilitar la comunicación de la Candidata con los diferentes grupos y segmentos de la población capitalina.

Por otro lado, se hizo necesario reforzar la campaña del partido con programas propios de los candidatos para ampliar su cobertura y brindar la posibilidad de contar con nuevos elementos para evaluar los avances y en su caso corregir las estrategias o los programas de proselitismo.

Como toda campaña política, la de la candidata al Senado de la República por el DF se planteó en su inicio los siguientes interrogantes: ¿por dónde empezar?, ¿con quién?, ¿con qué recursos?, ¿qué tipo de campaña habría que desarrollar?, ¿qué oferta política podría realizarse?, ¿qué decir?, etc.

La respuesta a estas interrogantes se fue dando paso a paso, pero de manera rápida y adecuada. Lo primero que se hizo fue conjuntar un grupo de expertos en campañas y organización política que aseguraran decisiones eficaces y oportunas, dos elementos básicos que caracterizan la agilidad y efectividad de una campaña política. Junto con ellos se abocó a estudiar perfectamente el marco jurídico de los procesos electorales en México, para estar en posibilidad de cumplir con él, en tiempo y forma, siendo esta la premisa fundamental que rigió el plan de la campaña.

Posteriormente, una vez constituido el equipo básico para la toma de decisiones, se planteó una estrategia general de campaña, estableciendo los objetivos generales y particulares de la misma, así como la disponibilidad de los recursos: humanos, materiales, publicitarios, financieros, etc. Después se nombró a los responsables de los programas que se llevarían a cabo, dándose cada uno de ellos a la tarea de plantear los objetivos específicos para los programas a su cargo, así como de realizar la planeación necesaria para su operación práctica.

La campaña inició el 7 de mayo de 1994 con la postulación y registro de María de los Angeles Moreno como precandidata del PRI a senadora por el DF, ante el Comité Directivo de ese Partido en la misma Ciudad de México. Posteriormente se cumplieron todos los ordenamientos en materia electoral: El PRI del DF llevó a cabo su Convención, en la que María resultó electa. Ya como precandidata fue registrada ante la **Comisión Local del Instituto**

Federal Electoral y posteriormente, el 29 de mayo, rindió formal protesta como Candidata, ante el Comité Ejecutivo Nacional del tricolor.

Las principales tácticas que caracterizaron la campaña fueron las siguientes:

a) Trabajar diariamente, durante los casi noventa días que habría de durar la campaña, de manera permanente, en todos los frentes y rincones de la ciudad, para lo cual se determinaron dos tácticas de actuación: una con la presencia de la candidata y otra sin ella.

b) Tener en cuenta la modernidad que caracteriza a los habitantes del DF, así como su forma de pensar, misma que obligaba a que las acciones a desarrollar contuvieran un sello de frescura, talento y actualidad, para lograr con ello, ampliar la aceptación de la imagen de la Candidata.

c) Vincular a la Candidata tanto con los cuadros del Partido, como con la sociedad en general, para recoger de ambos sus demandas y formular el ideario de campaña.

d) Racionalizar el gasto, potenciar los recursos y cumplir a cabalidad con los ordenamientos legales.

6.2.2 La campaña como Candidata a Senadora

La campaña de María de los Ángeles se caracterizó por el nivel de penetración alcanzado entre el electorado de la capital de la República y el nivel de aceptación registrado, como lo demuestra el número de votos que obtuvo: casi 30% más respecto de los votos obtenidos por el PRI en 1991; 60% más, respecto de 1988 y casi 40% más respecto de los votos obtenidos por sus contendientes más cercanos, José Ángel Conchello y Heriberto Zavala, del PAN.²²

Sus compañeros de fórmula fueron: Fernando Solana Morales como primer senador propietario, Marco Antonio Fajardo, suplente del Lic. Solana y José Monroy Zorrivas, suplente de María de los Ángeles.

Los contrincantes del PRI en el DF, para senadores de la República fueron:
PAN José Ángel Conchello y Diego Heriberto Zavala, propietarios.

²² Datos proporcionados por el Centro de Estadística y Documentación Electoral de la Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa.

PPS	Belisario Aguilar Olvera y Gabriela Ontiveros, propietarios.
PRD	Bernardo Bádiz y Pablo Gómez, propietarios.
PFCRN	Bertha Carmen Corte G. y José Pérez Guevara, propietarios.
PARM	Arturo González E y José Luis Rivera, propietarios.
PDM	Adolfo Kunz Bolaños y Antonio Silva Alvarado, propietarios.
PT	L. Tomás Cervantes Cabeza de Vaca y L. Sergio Miranda, propietarios.
PVEM	Manuel Tostado Tostado y Ana María Molina G., propietarios.

Los resultados obtenidos por la Candidata sorprendieron a propios y extraños, sobre todo si se toman en cuenta la coyuntura que se dio en 1988 en la capital de la República, en donde la competencia electoral fue especialmente relevante, así como los trágicos acontecimientos que en 1994 marcaron al país.

El incremento de votos a favor del PRI y en particular de MAM pudo explicarse por diversas causas que no podemos soslayar, entre ellas, el hecho de que en ese momento hubiera una satisfacción general de la población con el proyecto del presidente Carlos Salinas, con el que muchos habitantes del país imaginaron que sería posible llegar a la "tierra prometida" del crecimiento sostenido, del mejoramiento en los niveles de bienestar, del ingreso al "primer mundo"; aunque también como apuntamos líneas arriba, esa nueva coyuntura estuvo ensombrecida por los funestos sucesos del primer semestre de ese año: el estallido de la guerra en Chiapas, el asesinato del candidato presidencial del PRI, Luis Donaldo Colosio y posteriormente, de José Francisco Ruiz Massieu. Aunque podríamos pensar que paradójicamente esos sucesos, que por un lado causaron la inestabilidad política del país de mayor gravedad en los años recientes, por otro, sirvieron al mismo tiempo de acicate para el referéndum que los electores hicieron, no específicamente al PRI, sino al sistema político social que tantos años de paz y tranquilidad social ha brindado a los mexicanos.

¿Qué sucedió allí? ¿cómo pudo alcanzarse esa altísima votación?, ¿qué estrategias se utilizaron en el proceso político electoral para lograr ese efecto? Desde luego muchos fueron los aspectos que favorecieron los resultados obtenidos, entre ellos, sin lugar a dudas, la propia personalidad y recia formación profesional y política de la candidata, su especial manera de ser - afectuosa e inteligente- pero también, el tipo de campaña llevado a cabo, a partir de la integración de un grupo de expertos en campañas políticas, que lograron impregnar a la campaña y a la imagen de la Candidata, un sello

especial de modernidad, frescura, capacidad de convocatoria y de movilización, pues hicieron uso de algunas estrategias que propone la mercadotecnia electoral, así como de programas novedosos.

De esos programas destacaremos el de la **Red de Amigos** de María de los Ángeles Moreno, pues creemos que se distinguió de los demás programas por la forma de llevar a cabo sus tareas proselitistas: se dirigió a público abierto, no solamente a priistas o a simpatizantes conocidos, sino que buscó ganar la preferencia de los segmentos indecisos, abstencionistas, escépticos y la de los de oposición no radicalizada, por cierto, con gran éxito.

6.2.3. Estructura y programas de campaña:

Para llevar a cabo de manera exitosa la campaña propuesta se estructuró un Comité de Campaña que contó con una Asesora General y un Coordinador, así como a los diversos responsables de los programas:

A) Programas Vinculados con la Sociedad.

Brigadas juveniles

Central telefónica

Congreso de Mujeres por el Cambio

Coordinación jurídica

Diálogos vecinales

Eventos de campaña

Gestión social

Lechería y mercados

Red de Amigos

Red de Mujeres de la Estructura Territorial del PRI en el D.F.

Unidades y barrios habitacionales

Visitas domiciliarias

Voluntarias en campaña

B) Programas de comunicación

Medios de comunicación, prensa y propaganda en vía pública

Correspondencia

C) Programas de apoyo

Administración

Cómputo

Comité de financiamiento

Con el propósito de ubicar con mayor exactitud el trabajo desarrollado por la Red de Amigos así como de facilitar la comprensión del trabajo llevado a cabo, señalaremos sucintamente los programas vinculados con la sociedad, de acuerdo con lo que se relata en la **Memoria de Campaña de MAM**, omitiendo desde luego el de la Red de Amigos, en virtud de que éste se planteará en apartado especial:

Brigadas Juveniles. Su función radicó esencialmente en la distribución de propaganda en los lugares de mayor afluencia y concentración de ciudadanos como son los mercados, centros comerciales, zonas de recreación, así como la de llevar el saludo de la Candidata a las personas a las que se les entregó la propaganda. El trabajo de campo se llevó a cabo durante ocho semanas, con una permanente evaluación, en la que se contemplaba un informe sobre la penetración de las políticas gubernamentales y la influencia de la labor legislativa en las zonas populares. Adicionalmente estas brigadas instalaron módulos de atención ciudadana, dispensarios médicos gratuitos y módulos para la capacitación a personas interesadas en la soldadura de equipos de cocina.

Central telefónica. El programa se realizó conjuntamente con la coordinación de campaña de Fernando Solana Morales, también candidato del PRI al Senado de la República y compañero de fórmula de María de los Angeles Moreno. Consistió en hacer llamadas telefónicas de corta duración en las que de manera amable y atenta se enviara a los oyentes saludos de los candidatos, así como divulgar las tareas que ejecutan los senadores durante su gestión, sin pretender entrar en diálogo, pero sí, recogiendo las opiniones vertidas por los escuchas. El programa telefónico se caracterizó por la amplitud del alcance logrado.

Coordinación Jurídica. El propósito fundamental de este programa consistió en brindar a la Candidata y a su Comité de Campaña todas las herramientas necesarias para cumplir cabalmente los ordenamientos que regulan los procesos electorales en México y atender los requerimientos estatutarios del propio PRI. Adicionalmente esta Coordinación atendió las demandas de la ciudadanía que le fueron planteadas a la Candidata durante su campaña y que requerían de apoyo legal. Para cumplir con su misión principal, la Coordinación Jurídica elaboró un **Manual para la Defensa del Voto** que sirvió de apoyo a los representantes de partido que vigilaron el proceso electoral el día de las elecciones.

Diálogos Vecinales. Mediante este programa la Candidata pudo vincularse con la población que expresa sus demandas vecinales, de manera que en primera instancia convocó a las asociaciones vecinales de las colonias del DF, para que se brindara a la Candidata la oportunidad de entrar en contacto y conocer sus demandas, a través del conocimiento directo e intercambio de opiniones con ese tipo de asociaciones, principalmente durante los recorridos que hiciera la Candidata por las calles de la Ciudad donde, por cierto, recogió como principales planteamientos, los siguientes: seguridad pública, procuración de justicia, uso de suelo, vivienda y sanidad del medio ambiente.

Eventos de Campaña. El programa llevó a cabo la coordinación logística de cada una de las actividades de la Candidata durante su campaña por el DF, cuidando siempre todos los detalles necesarios para obtener los resultados esperados.

Gestión Social. La creación del programa obedeció a la necesidad de contar en el Comité de Campaña, con un equipo de trabajo que concentrara, sistematizara, procesara y atendiera las demandas y comentarios vertidos por los habitantes de la Ciudad, durante la campaña de María de los Ángeles, por lo que su actividad fue intensa y primordial, ya que la premisa de la Candidata fue siempre responder, en la medida de lo posible, a los planteamientos que se le hicieron y agradecer las atenciones que recibía. En total el programa recibió 7,954 comentarios de la ciudadanía, que en su mayoría fueron contestados por carta.

Lecherías y mercados. Las actividades que contempló este programa se llevaron a cabo en las zonas que cuentan con mayor número de electores, al rededor de las lecherías y mercados populares del DF, llevándose propaganda y promocionales utilitarios para las personas que acuden a ese tipo de centros. El programa fue llevado a cabo por la **Red de Mujeres por el Cambio**, organización del PRI, para contribuir en la creación de un ambiente favorable a la Candidata y al Partido, entre la militancia femenina y la ciudadanía en general; para ello se capacitó a un grupo de la estructura territorial del PRI a fin de que tuvieran los elementos necesarios para integrar la Red de Mujeres en las colonias populares: la Red alcanzó un número de 150,193 participantes.

Unidades y Barrios Habitacionales. Siendo las unidades vecinales uno de los ámbitos sociales que mayor importancia reviste para el DF, desde el punto de vista de las demandas ciudadanas que se plantean; se decidió llevar a cabo este

programa, seleccionando de entre las trescientas veintinueve unidades y ciento diez y nueve barrios existentes en la Capital de la República, aquéllas que cuentan con más de doscientas viviendas, así como a los barrios de mayor tradición. Para la realización del programa de unidades y barrios se capacitó a jóvenes militantes del PRI para que fungieran como mensajeros y llevaran el saludo de la Candidata. La capacitación de los jóvenes comprendió desde la revisión de los principios, postulados ideológicos y objetivos del PRI, hasta la semblanza de la Candidata, su ideario y su programa de campaña. Una vez entrenados los primeros cincuenta, ellos mismos reprodujeron el entrenamiento para otros setecientos jóvenes, los cuales estuvieron en posibilidad de emprender la labor de proselitismo; de manera que con ellos, el mensaje de la campaña de María de los Angeles llegó a más de 253,002 habitantes, de ese tipo de correspondiendo 106,264 a unidades habitacionales y 146,738 a los barrios tradicionales de la megalópolis.

Voluntarias en Campaña. Debido a que María de los Angeles fue Líder de la Cámara de Diputados en el período inmediato anterior a su elección como Senadora, algunas Voluntarias de la propia Cámara de Diputados decidieron apoyar la campaña de la Candidata, entre sus familiares y amigos, por lo que celebraron diversas reuniones domiciliarias en las que se difundió la plataforma política de MAM. Previamente las voluntarias recibieron capacitación sobre la **Declaración de Principios y Programa de Acción del PRI, así como de la Plataforma Electoral** de ese partido. A partir de esa capacitación y apoyadas con un video, las Voluntarias realizaron 110 reuniones con un promedio de veinticuatro asistentes, en cada una.

Cada programa señalado cumplió un papel importante en el proceso de campaña; no podría soslayarse la relevancia de alguno de ellos, pues cada uno cubrió un aspecto relevante para vincular a la Candidata con la sociedad capitalina.

Desde luego que el tipo de proselitismo llevado a cabo atendió los lineamientos generales de campaña establecidos por el PRI, así como la Plataforma Electoral que ese partido diseñó para las elecciones de 1994.

Sobre la base de los programas que hemos descrito y con el apoyo de los asesores electorales, la campaña de María de los Ángeles Moreno tuvo un **sello particular**, derivado tanto de la personalidad de la Candidata y de su ideario y experiencia política y profesional, como de las estrategias y tácticas

establecidas para lograr una plena identificación de María de los Ángeles con el electorado; caracterizándose la campaña por su frescura y cordialidad y por haber captado, sintetizado e interpretado las demandas sociales más sentidas de los habitantes de la ciudad más grande del mundo, mismas que fueron recogidas felizmente bajo el lema de campaña: **Por las causas de la Ciudad y la razón de su gente.**

6.3. La Red de Amigos de María de los Ángeles Moreno.

Desde luego la Red se basó en las premisas de operación y funcionamiento de las **Redes de Contacto Personal** que ya hemos descrito y analizado en capítulos anteriores. A decir verdad, al inicio de la campaña el equipo estaba un poco temeroso de que la evolución de la misma no correspondiera a las metas planteadas, por ubicarse en el Distrito Federal, plaza difícil en todos sentidos pero, sobre todo, electoralmente, como ya se había demostrado en 1988. Sin embargo, pronto nos dimos cuenta de que el Programa seguía las pautas de otras campañas en donde las redes de contacto personal se han establecido como mecanismos para llevar el mensaje de los candidatos a las zonas tradicionalmente no cubiertas por el PRI, por considerarlas zonas electorales de otros partidos, o por otros motivos.

6.3.1. Filosofía de la Red de Amigos.

La filosofía de la Red de Amigos de MAM se desarrolló a partir de observar las reacciones y opiniones de la gente común, en torno a los comportamientos y actitudes de algunos militantes del PRI y de la forma cómo se llevan a cabo ciertos eventos políticos que involucran a grandes masas y generan inconformidad y disgusto, fundamentalmente por el estilo impersonal con que se trata a los asistentes a dichos eventos: las distinciones de que son objeto algunas personas seleccionadas; el lenguaje a veces gastado y vacío que se utiliza en ocasiones con frases que suenan trilladas, así como los discursos que muchas veces carecen de atractivo.

Cabe mencionar especialmente la solemnidad y rigidez con la que se realizan las ceremonias del partido, marcando un trato muy diferenciado entre los dirigentes y la base partidaria, también, el uso de palabras que a tanto de usarse están más cerca de la demagogia que de los problemas reales, así como un discurso que omite hechos que son del dominio público, junto con el

soslayamiento de situaciones que ocupan o preocupan a la sociedad y que son difíciles de ocultar

Esos usos y costumbres tuvieron quizá su razón de ser cuando nació el PRI hace casi setenta años; resultaron eficaces para conjuntar las demandas populares, también seguramente lo fueron los métodos de captación y adhesión de simpatías, el uso de cierto tipo de lenguaje y hasta la afiliación corporativa que hoy tanto se rechaza. Sin embargo, actualmente las cualidades que caracterizan a los mexicanos como sociedad moderna, plural, informada y con una importante participación ciudadana, que entre otras cosas reclama el respeto a sus derechos fundamentales, obliga a replantear los estilos, formas, métodos de proselitismo y hasta el lenguaje de los priistas, si verdaderamente desea acercarse y adecuarse al modo de pensar de los ciudadanos de los noventa, moldeado por un nuevo tipo de necesidades y expectativas como son las ciudadanas, en contra peso de las corporativas o gremiales que parecen haber llegado a sus límites.

La Red de Amigos de MAM sí procuró atender ese perfil por lo que se ocupó en diseñar una nueva manera de convocar a la ciudadanía, dándole el lugar que merece y espera recibir, además de plantear una nueva manera de interrelacionar a la Candidata con la ciudadanía, desde un punto de vista más cercano y familiar, para generar en los participantes mayor confianza y, por lo tanto mayor participación y simpatía.

El llamado a mítines, manifestaciones y marchas a pleno rayo del sol, con largas esperas de los grupos simpatizantes del partido, han pasado de moda y antes que generar aliento y ánimo, desfavorecen el entusiasmo de los que obligados por diversas situaciones, participan en ese tipo de eventos.

En la actualidad los ciudadanos exigen ser tratados con respeto, que los actos proselitistas se realicen con puntualidad, evitando largas esperas, a veces infructuosas, pero también exigen discursos breves, concisos, amenos e interesantes. El ciudadano actual requiere de trato personalizado, amable y respetuoso en el que se le haga sentir que su voz y su voto valen, que es escuchado y puede verter sus puntos de vista, además de escuchar los de otros.

Estos fueron los considerandos de la filosofía electoral de la Red de MAM; a nuestro parecer, los aspectos señalados han hecho que la gente común abandone la simpatía por el priismo y es por ello que las Redes de Contacto

Personal procuran atender esos aspectos, para favorecer una imagen más cordial y fresca de las actividades políticas, logrando que quienes participan en ellas se sientan como entre amigos.

En la organización y construcción de las Redes de Contacto Personal, hemos procurado impregnar a los contactos interpersonales que se efectúan, de sensibilidad, amabilidad y cortesía, **centrando el interés en el elector y no en los candidatos**: en cada momento de la campaña se pretende satisfacer las expectativas en el nivel de relación que a los electores les gustaría establecer con los candidatos y no en forma contraria.

Como ya hemos expuesto líneas arriba, las Redes de Contacto Personal que se han puesto en marcha en otras campañas o con otros motivos, se han integrado en poblaciones de clase media urbana, en las que los participantes ya tienen resueltas en gran medida sus necesidades básicas de alimentación, vestido, empleo y servicios municipales, además de escuelas, hospitales, supermercados, teléfono y otros. De ahí que para las Redes sea necesario que tengan en cuenta otras necesidades del público que las integran y consideren temas como la violación, la seguridad pública, la procuración e impetración de justicia, la democracia, los derechos humanos, de los minusválidos, de los niños y otros.

En síntesis, la filosofía de las Redes de Contacto Personal se basa en el reconocimiento de que los ciudadanos de la **clase media mexicana** residente de las grandes urbes, son esencialmente **seres humanos**, con necesidad de afecto, vinculación, respeto y reconocimiento, entre otras, es decir, que son seres humanos, a pesar de la masificación de la sociedad y es por ello su reclamo de ser tomados en cuenta.

Creemos que de lo dicho anteriormente se deriva el efecto y el impacto que tiene la comunicación oral sobre la que tienen los medios de comunicación masiva, ya que los ciudadanos reclaman una **atención personalizada** y esperan como cualquier ser humano, que la gente se dirija a ellos en lo personal y no como parte de las masas, independientemente de si son dirigentes o no. Tratar a la gente como ser humano es, en síntesis, la filosofía de las Redes de Contacto Personal y, por lo tanto, fue la que siguió y dio sentido a la construcción de la **Red de Amigos de María de los Ángeles Moreno**.

Dicha filosofía se traduce entonces en brindar a la gente un trato cálido, respetuoso y talentoso; también un trato donde escuchar a los otros y no

encerrarse en posiciones personales o partidarias es fundamental: tomar en cuenta la opinión de contrarios, respetar la personalidad de los ciudadanos y brindarles un trato amable; a diferencia de otras propuestas organizativas, en el caso de la **Red de Amigos** se plantea la necesidad de que exista la expresión franca y abierta de sus integrantes, sin más protocolos o limitaciones que el tiempo y el respeto hacia los demás; se agradece la presencia de los que participan en los eventos que organiza la Red y, sobre todo, se expresa el reconocimiento que se merecen los participantes, por pequeño que sea el apoyo o colaboración. Considerar a la gente como gente, con virtudes y defectos y sentirse uno entre ellos, humanizar el poder, como ha señalado Javier López Moreno:

“Al poder deben llegar, no los que más saben, sino los que más capacidad tiene de aprender, no los más poderosos sino los que fincan su fuerza en la aceptación de los propios y de los contrarios, el que aprende con más velocidad, el que sabe enfrentar con argumentos a la disidencia, el que con humildad acepta sus errores”.

Estos son resumidamente los fundamentos sobre los que se constituyó y operó la Red de Amigos de María de los Angeles Moreno, y con estas premisas es que se han puesto en funcionamiento diversos programas de redes de contacto personal en otras campañas políticas del PRI, en diversos estados de la República, con excelentes resultados.

6.3.2 Desarrollo del programa.

Para iniciar las actividades de la Red se estudiaron y analizaron las posibilidades reales de acción, incidencia y penetración teniendo en cuenta el tamaño, extensión geográfica y número de habitantes de la Ciudad de México, así como los resultados electorales de las anteriores elecciones, para identificar las zonas que se habrían de ubicar como **prioritarias** y a las que se daría un tratamiento distinto.

Así, se llegó a la conclusión de que la Red de Amigos llevaría el mensaje de la Candidata a las delegaciones políticas del centro del DF: Cuauhtémoc, Benito Juárez, Coyoacán, Miguel Hidalgo y Alvaro Obregón, para atender a 169 colonias de clase media ubicadas en dichas circunscripciones, mismas que representaban el 48.8% del total de las colonias de clase alta y media del D.F.

La selección respondió a una de las estrategias de campaña marcadas para la operación de la Red: **trabajar en estratos medios**, principalmente en la Delegación Coyoacán, donde ha sido el lugar de residencia de la Candidata.

En segundo lugar se concluyó que para un candidato resultaría verdaderamente imposible recorrer, no sólo todas las colonias, barrios y unidades habitacionales existentes en el DF, sino también, atender los requerimientos de su presencia ante los cientos de segmentos de la población, agrupados por intereses políticos, económicos y sociales, además de las solicitudes propias de la militancia y la dirigencia partidista; así que se decidió llevar a cabo una de las estrategias que hemos desarrollado en campañas anteriores, denominada **campaña sin candidato**.

A.- Objetivos:

Inmediatos.

- Lograr que sectores de la sociedad, normalmente apolíticos o poco participativos, conocieran a la Candidata
- Rescatar para el PRI, secciones electorales específicas, en manos de la oposición.

Mediatos.

- Contribuir al fortalecimiento del liderazgo de la Candidata
- Diseñar y proveer a la Candidata de canales de comunicación permanente con los miembros de la sociedad
- Establecer la base de una red juvenil, individualizada

B.- Metas:

- Recorrer 169 colonias de clase media en el DF
- Recobrar para el PRI, la mayor parte de la Delegación Coyoacán
- Comunicar a la Candidata, de manera directa, con casi 400,000 electores
- Realizar 37,280 llamadas telefónicas de primera vez
- Visitar 288,000 hogares
- Convivir con 12.000 comensales

- Procesar 400,000 fichas de registro
- Convivir con 3,000 jóvenes

C.- Requerimientos indispensables:

Confianza
Comprensión
Disciplina

6.3.3. Operación

Una vez que se establecieron las metas y se conjuntaron los requerimientos mínimos para el desarrollo del programa, se procedió a iniciar la integración de la propia Red de Amigos de MAM, para ello se convocó a los familiares y amigos más cercanos de la Candidata, a fin de invitarlos a participar en la campaña de proselitismo, con la tarea de integrar, cada uno de ellos, una **pequeña red de amigos** con la que podrían llevar acabo las labores que se les asignarían, una vez integrada la pequeña red.

Una vez constituidas las primeras células de la Red, se inició formalmente y se echó a andar la Red de Amigos de MAM, la cual tendría como tarea, incorporar en su seno a la mayor parte posible de las personas que normalmente no participan en política, se esconden en el anonimato y muchas veces se refugian en sus casas, sin determinar su posición política, hasta el día de la elección.

La tarea no fue fácil, pues aún en el seno de los integrantes de la propia Red de Amigos, no se comprendió cabalmente por qué el mensaje habría de llevarse a las personas ajenas al PRI y, tampoco, por qué dar preferencia en las convivencias que se realizaban, a las personas que no conocían anteriormente, de manera personal, a la Candidata. Aún así, el trabajo se llevó a cabo con entusiasmo e intensidad, alcanzando singulares resultados, entre los que destaca precisamente el que este programa, a diferencia de los demás no se haya realizado con militantes y tampoco se haya dirigido a ellos, si no más bien, se efectuó gracias a la entusiasta participación de múltiples personas que regularmente no participan en política y que atraídos por las características singulares del propio programa, decidieron involucrarse en una tarea proselitista.

Con el propósito de ampliar el radio de acción de la Red de Amigos, se constituyeron cerca de cincuenta brigadas juveniles que recorrieron las colonias seleccionadas de la metrópolis, calle por calle, casa por casa, llevando el saludo de la Candidata y recogiendo los datos de las personas que voluntariamente quisieron proporcionarlos, para constituir con ellos, la base de datos de la propia Red, que serviría no sólo para llevar la estadística del grado de aceptación de la Candidata, sino también para que se estableciera la comunicación personalizada entre la Candidata y los ciudadanos contactados, a través de cartas.

Las brigadas realizaron la tarea a partir de un sistema de seguimiento y evaluación que permitió corregir en todo momento las desviaciones en que se incurria por diversos motivos y, fundamentalmente, gracias a ese sistema, pudo observarse oportunamente cuando existió la necesidad de reforzar alguna zona porque la aceptación no hubiera sido la esperada, ya que los brigadistas registraban en las cédulas que recogían el grado de aceptación hacia el PRI y hacia la Candidata.

El trabajo de las brigadas requirió de una planeación, coordinación y evaluación constantes, con el propósito de asegurar tanto las metas propuestas a cada brigada, evitar la duplicación de esfuerzos, reforzar las zonas prioritarias y racionalizar y administrar el uso de los recursos.

Con el propósito de reforzar la convicción de las personas que poco a poco fueron integrándose a la Red de Amigos, así como de brindar a la Candidata la oportunidad de entrar en contacto personal con ellos y de que pudiera expresar sus puntos de vista sobre los tópicos de actualidad en ese tiempo, para que los miembros de la Red pudieran tener de ella una imagen más completa, se realizaron diversos convivios en los que se entablaron diálogos abiertos, entre la Candidata y los asistentes, sin cortapisas ni preguntas prefabricadas o participantes previamente seleccionados. Los diálogos y el intercambio de ideas y opiniones resultaron muy exitosos, tanto por la apertura como por la novedad en su esquema de operación. En ellos constatamos una vez más el peso que tiene la comunicación oral, así como el hecho de atender las expectativas de la ciudadanía en cuanto al trato que espera recibir y los postulados o posiciones de los candidatos que requiere conocer.

Fueron doce las reuniones de la Red de Amigos de MAM en que se llevaron a cabo los diálogos señalados, con la presencia de la propia Candidata, teniendo una asistencia total de más de 12,000 personas. se buscó en la medida de lo

posible, que no se repitieran los participantes en los eventos, si no que fueran participantes de primera vez, excepto en los casos en que una misma persona llevara a diferentes invitados, en distintas ocasiones.

Hay que resaltar que la asistencia a las reuniones en que se desarrollaban los diálogos se realizaba gracias a un mecanismo de invitación personalizada, que no obstante que el número de participantes fue amplio, normalmente se contaba con una asistencia mínima de noventa por ciento de los invitados, como resultado de la manera como se realizaban las invitaciones; también hay que apuntar que la diferencia de otro tipo de eventos político electorales en los que el porcentaje de asistencia es a veces mucho menor, debido a que la convocatoria se dirige a los coordinadores de grupos u organizaciones que comprometen la asistencia de sus agremiados sin tomar en cuenta el parecer de los mismos, en el caso de los diálogos la invitación individual y directa surtió los efectos deseados y fueron eventos concurridos.

Entre los Diálogos realizados destaca el que se llevó a cabo con un grupo de artistas o de personajes relacionadas con el ambiente artístico y creativo. En él, los participantes cuestionaron a la Candidata sobre los temas que les interesaban como son el pago de impuestos o los derechos de autor; en ocasiones de manera enérgica, pero gracias, tanto a la habilidad de la Candidata, como a los mecanismos de participación establecidos en la Red de Amigos, la reunión fue fructífera, amigable y positiva. Lo mismo ocurrió con la reunión que se hiciera con grupos feministas, mismos, que acordaron apoyar la candidatura de María de los Angeles, por considerar que es una mujer con habilidades, con conocimientos y posiciones ideológicas de avanzada.

6.3.4 Resultados

La Memoria de la Campaña de María de los Angeles Moreno Uriegas señala como resultados cualitativos de la Red de Amigos: Haber propiciado el diálogo con la sociedad capitalina, independientemente de su filiación política, conocer y aprender de las razones de los grupos que la integran, y llevar a cabo un trabajo intenso, para establecer un vínculo directo con los ciudadanos, amigos y simpatizantes, para llevar hasta ellos el pensamiento político de María de los Angeles Moreno, así como su ideario político (1994).

Cuantitativamente la Red de Amigos mostró los siguientes resultados:

- El total de personas contactadas directamente fue de 310,416, de las que se capturaron 186,250 registros, ya que en promedio, cuatro de cada diez personas no proporcionaron sus datos.
- Se recorrieron 164 colonias (el 97% de la meta) y se contribuyó al rescate de zonas anteriormente en manos de la oposición, principalmente panistas.
- Se propusieron setenta representantes de Partido.
- Se contó con la colaboración de 42 integrantes de la Red, durante la jornada electoral.
- Se realizaron once eventos de campaña con una asistencia aproximada de casi doce mil asistentes.
- Se remitieron ciento setenta y cuatro mil doscientas quince cartas y .
- Se buscó permanentemente que las personas invitadas a las convivencias de la Red provinieran de ciudadanos que no militan en el PRI, que son de oposición no radicalizada, que no hubieran conocido a la Candidata hasta antes de la campaña, encontrándose por cierto, que en un principio, casi el cincuenta por ciento de la población del D.F. no la conocía con anterioridad, también que 43% de los integrantes de la Red eran hombres y 56% mujeres y que casi el 40% de sus integrantes de ambos sexos tenía de 15 a 30 años de edad.

Con estos resultados creemos que la aportación que la Red de Amigos hiciera a la campaña de María de los Ángeles Moreno, fue significativa y tuvo un peso concreto y contundente. No obstante vale la pena señalar que en su desarrollo se enfrentó con obstáculos sobre todo por la dificultad que muchos militantes del PRI tuvieron para comprender su filosofía, como sus mecanismos de operación. Es indudable que los procedimientos utilizados para alcanzar las metas planteadas, son novedosos, e intentan romper con modelos anquilosados, aunque también útiles y eficaces.

No es fácil aceptar que la política también puede ser humana y que no está reñida la disciplina con los sentimientos, tampoco, que la sabiduría de las personas es mayor que sus tropiezos y, que la experiencia y profesionalización de las actividades políticas no suplen la voluntad, entrega y confianza que representan las personas que se constituyen en "Amigos".

La Red de Amigos de MAM, por otro lado, obtuvo como resultados cualitativos, haber logrado mostrar a la Candidata como un ser humano con sentimientos y anhelos lo que le permitió identificarse con la gente desde un punto de vista también humano. Además, constituir una red de amistades que en su momento pueden participar en situaciones a las que se les convoque, para distintos propósitos en favor de la sociedad, sin tener necesariamente que ser ni simpatizantes ni mucho menos militantes de un partido político.

Aunque las redes de contacto personal se construyen a partir de lazos que no parecen ser lo suficientemente fuertes como pudiera ser la pertenencia a una organización política, sí son lo suficientemente sólidos como para responder a situaciones difíciles como las que vivió la Senadora Electa, MAM, cuando el ex subprocurador Mario Ruiz Massieu la acusó de haber entorpecido en la Cámara de Diputados las investigaciones sobre el asesinato de José Francisco Ruiz Massieu. Por diversos motivos, los militantes del PRI no se pronunciaron en favor de ella, sin embargo, la Red de Amigos estuvo presente para brindar su apoyo y solidaridad a quien habían dado su confianza y su voto, por habérselo ganado a pulso. Lo mismo sucedió cuando el entonces presidente del PRI, Luis Donald Colosio anunciara la derrota de ese partido en las elecciones para gobernador de Baja California, en 1989; a una hora de ese anuncio, cuando los adeptos por interés ya no quisieron respaldar a la Candidata, los Amigos de Margarita, que así se llamaba la red de entonces, estuvieron presentes en un desayuno para continuar brindándole su apoyo.

Actualmente la Red de Amigos está dormida, pero gracias su Boletín Informativo, la Senadora por el DF, continúa comunicándose con parte de sus integrantes.

Para concluir señalamos que las Redes de Contacto Personal pueden constituirse en una herramienta útil para propalar diversos mensajes en favor de la comunidad, entre ellos, los valores de la democracia: **concordia, tolerancia, paz y responsabilidad individual y social.**

6.4 Perfil biográfico de Ma. de los Ángeles Moreno.

Maria de los Angeles nació en el Distrito Federal, el 15 de enero de 1947. Sus padres Manuel Moreno y Analia Uriegas, la formaron bajo los preceptos de la religión evangelista. Fue la primer hija del matrimonio, buena hija y hermana, además de destacarse en sus estudios desde los primeros años de su vida.

María de los Angeles cursó sus estudios de nivel medio y superior en la Escuela Nacional Preparatoria No. 5, Plantel Coapa y en la entonces Escuela Nacional de Economía, de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Años más tarde se trasladó a Holanda para estudiar una maestría en planeación socioeconómica. Siempre ha tenido gusto por la lectura, el buen cine y la música.

Su currículum abarca distintos ámbitos en su vida profesional. En el sector académico fue titular de la materia de Teoría Económica en la Facultad de Contaduría, Comercio y Administración de la UNAM; como economista se ha destacado por los elevados niveles de responsabilidad que ha asumido y cumplido con eficiencia y honradez; además cuenta con la distinción de haber sido la primer Secretaria de Pesca de 1988 a 1991, cartera que nunca había ocupado una mujer dentro de los gabinetes presidenciales y que por cierto tuvo que dejar por un enfrentamiento ideológico con la nueva política salinista, ya que ella mostró una postura nacionalista al demostrar que el embargo atunero se por razones comerciales y no ambientales como lo expresaba Green Peace.

Es miembro del PRI desde 1970 y fue diputada plurinominal de la LV legislatura donde presidió la Comisión de Programación, Presupuesto y Cuenta Pública, de 1991 a 1993, así como la Gran Comisión, siendo posteriormente designada como Líder de esa Cámara de Diputados. Es también miembro fundador de la Fundación Cambio XXI, ahora Luis Donaldo Colosio.

La labor que desempeñó como Líder de la Cámara de Diputados, así como las cualidades políticas que la distinguen (cordura, lealtad, disciplina y perseverancia), la ubicaron como candidata de su partido a Senadora de la República por el DF, para el periodo 1994-2000.

Después de haber sido electa Senadora de la República y obtener 1' 857,500 (un millón ochocientos cincuenta y siete mil quinientos votos), su carrera fue coronada al ser nombrada Presidenta del PRI, el mes de diciembre 1994; hecho que le permitirá pasar a la historia de México, como la primera mujer que ha sido presidenta de un partido político.

Su militancia política en las filas del PRI, de la que es miembro desde 1970, la llevaron a ser candidata a diputada plurinominal de la LV legislatura, en la que presidió la Comisión de Programación, Presupuesto y Cuenta Pública, de 1991

a 1993, así como la Gran Comisión de esa Cámara, siendo posteriormente designada como Líder de esa Cámara de Diputados. Es miembro fundador de la Fundación Cambio XXI, ahora Luis Donald Colosio.

La brillante labor que desempeñó como Líder de la Cámara de Diputados, así como las cualidades que la distinguen como política nacionalista, con cordura, lealtad, disciplina y perseverancia, la ubicaron como candidata de su partido a Senadora de la República por el DF, para el periodo 1994-2000. Después de haber sido electa y haber obtenido 1'857,500 (un millón ochocientos cincuenta y siete mil quinientos votos), su carrera fue coronada al haber sido nombrada Presidenta del PRI, el mes de diciembre 1994, nombramiento que le permitirá pasar a la historia de México como la primera mujer que ha sido presidenta de un partido político, por cierto, el partido de mayor relevancia en la formación del México contemporáneo.

CONCLUSIONES

El propósito central de esta tesina ha sido plantear una alternativa para ampliar la penetración de los partidos políticos durante la realización de campañas electorales, especialmente al PRI, en un momento histórico que se caracteriza por una gran incertidumbre política debido a la conformación de escenarios de alta competencia electoral.

Adicionalmente, como resultado del fortalecimiento de la sociedad civil gracias a los niveles de educación alcanzados, a la cobertura de información que la mantienen permanentemente conectada a los sucesos mundiales de mayor relevancia casi en el momento en que se suceden, así como por la transformación social y económica que han traído aparejados los procesos de urbanización y globalización, se ha puesto en entre dicho el papel de los partidos políticos en la actualidad, pues en diversas ocasiones, fundamentalmente en las que se han derivado de situaciones de emergencia, esos organismos se han visto rebasados por la acción de la comunidad, por lo que se ha cuestionado su actual capacidad para aglutinar a la sociedad en torno a sus propósitos, así como de servir de mediadores entre la sociedad y el estado.

Ante esos cuestionamientos de una comunidad cada vez más compleja, heterogénea, informada y consciente, los partidos políticos se encuentran en una encrucijada para responder en los niveles de oportunidad y suficiencia que pretende la sociedad que se proponen representar.

El PRI no ha sido ajeno a esa situación pues es precisamente a él a quien mayormente han impactado esas consideraciones ya que desde hace tiempo ha dejado de ser el mejor intermediario de la sociedad por haber abandonado las luchas históricas que lo caracterizaron e irse apegando cada vez con mayor acuosidad a intereses de grupos minoritarios o extranjeros, así como por las prácticas que siguen algunos de sus militantes y que tanto disgusto causan entre los mexicanos.

Después de 1968 se hizo evidente el decaimiento de la popularidad y legitimidad del PRI, además del agotamiento del modelo político postrevolucionario, cuando los estudiantes manifestaron el sentir nacional de abrir los cauces de participación y construir un nuevo esquema para la expresión social. En épocas recientes esa falta de legitimidad se ha agudizado

debido al deterioro de la imagen del PRI ante el electorado por los escándalos en que se han visto envueltos varios de sus personajes más destacados, amén de las crisis económicas que de manera recurrente han hecho que la población vea disminuidas sus posibilidades de satisfacer sus necesidades así como de verse beneficiada por la movilidad social, situación que achacan a los programas económicos auspiciados por el gobierno y respaldados por el PRI.

Ante esa situación se hace necesario que el PRI se plantee una renovación y un cambio estructural que cimbre desde sus planteamientos ideológicos y programáticos, hasta sus estructuras y modos de hacer política; esto sí es que verdaderamente busca rescatar para sí el lugar que históricamente le ha correspondido y quiere cumplir con el papel que la sociedad le demanda ante la transición democrática y el arribo al nuevo milenio.

El PRI no es cualquier partido, es el partido que mayormente ha contribuido a la conformación del México moderno y es por ello que le corresponde también un mayor compromiso para asegurar que la llegada de los mexicanos al Siglo XXI se realice por cauces democráticos, apegado a intereses y conveniencias nacionales y con la seguridad de que será el siglo de la igualdad, el respeto y el mejoramiento social que tanto se ha ofrecido y al que todos tenemos derecho.

Para lograrlo, para que el PRI cumpla con el papel histórico que nuevamente le corresponde, habrá de realizar las acciones necesarias a fin de que la sociedad pueda sentir que es verdaderamente el interlocutor y legítimo representante de sus más caros anhelos, así como ejemplo vivo de los valores que aglutinan a los mexicanos; ese partido tendrá que recordar que el buen juez por su casa empieza.

Seguramente que una de las acciones a desarrollar será procurar el mejoramiento de la comunicación e interlocución con la sociedad, de tal suerte que la gente se sienta confiada de participar con ese partido. Para lograrlo, entre otras cosas habrá de desmitificar su comportamiento, volviéndolo más común y menos ortodoxo o protocolario, a fin de que la gente sienta cercanos a sus representantes y no continúe viéndolos como seres extraños y distantes como los ha visto muchas veces. Si el PRI cambia esas actitudes, además de actualizar su plataforma ideológica y programática y de llevar a cabo una mayor democratización de sus decisiones, es probable que por su vasta experiencia y por la calidad de principios de la mayoría de sus militantes, esté en posibilidad de recuperar los espacios perdidos.

Es ahí donde se inserta la validez de esta Tesina pues plantea una alternativa para el acercamiento de los partidos políticos y en particular del PRI, con la ciudadanía. El uso de esa propuesta propicia una mayor confianza y aceptación entre el electorado, pues tiene en cuenta el modo de ser, pensar y actuar que caracteriza a los mexicanos de los noventa, los cuales ante todo buscan el respeto para sí y para los demás, dan mayor crédito a la comunicación oral que a la difundida a través de medios de comunicación masiva, otorgan mayor credibilidad a familiares y amigos y tienen en cuenta la opinión tanto de sus líderes naturales como la que se genera en sus círculos más cercanos, es decir, entre familias, vecinos y centros de trabajo.

La alternativa que presentamos es la constitución de redes de contacto personal, mismas que representan una herramienta paralela a las acciones que los partidos llevan a cabo en campañas electorales; sirven para llegar a círculos donde el partido no penetra, ya sea por el rechazo preexistente o por intereses creados en la comunidad. A través de la constitución de RCP los partidos tienen la posibilidad de llevar sus mensajes e inclusive de contar con la participación de gente que normalmente se autocalifica como apolítica y que no gusta de participar en ese tipo de actividades, gente que por cierto muchas veces constituye ese segmento de la población que ha dado en llamarse "indeciso", pero que no por el hecho de guardar su opinión hasta el día de la elección es menos importante, pues muchas veces es quien inclina la balanza.

Llegar a ese segmento de la población es sin duda un reto para los partidos políticos, pues al no conocer el sentido de sus preferencias no pueden tomar las medidas necesarias para corregir el rumbo de las campañas y por ende de sus resultados.

La aplicación de RCP ya ha sido probada en diversas campañas políticas; en todas su operación ha sido más que satisfactoria pues ha cumplido cabalmente con la función asignada de ampliar la cobertura de penetración del PRI hacia segmentos que las áreas tradicionales de ese partido, no contemplan en sus programas.

El caso más reciente ha sido el de la Red de Amigos de María de los Ángeles Moreno, la cual aportó a la campaña un directorio de más de ciento ochenta mil personas, la mayoría de ellas no militantes del PRI y quizá tampoco simpatizantes de ese partido (cuando menos hasta ese momento), pues la

política definida por este programa fue acercarse e invitar a personas que no conocieran previamente a la Candidata y que no se manifestaran como priistas.

La operación de la Red de MAM resultó exitosa no obstante las dificultades encontradas para su aplicación, pues no siempre se comprendió el por qué dar preferencia en las convivencias realizadas, a personas no vinculadas estrechamente con el PRI, entre otros aspectos. Vale la pena resaltar que en un principio se tuvo algunas dudas respecto de los alcances que podrían obtenerse en el DF, pues este tipo de redes se habían aplicado la mayoría de las veces en estados del interior de la República y desde luego la idiosincrasia capitalina es diferente a la de otras entidades federativas, ya que en ellas parece existir mayor confianza entre la gente, además de un mayor interés por participar en eventos de tipo sociopolítico, quizá por que a través de ellos se obtienen esas recompensas de las que habla Panebianco referidas al estatus, al manejo de información privilegiada y al sentido de pertenencia.

En virtud del éxito obtenido en materia electoral con la aplicación de las RCP resultó interesante buscar una explicación en la teoría sociológica, política y de comunicación, al por qué de sus alcances. Ha sido para nosotros muy alentador comprobar que la apreciación empírica que tuvimos respecto de que a la gente le gusta participar siempre que se le tome en cuenta, se le respete, se le otorgue el trato que merece, exista confianza y se practique el trato personal y directo de que el mejor camino para hacer llegar un mensaje es el afectivo, familiar o amistoso, resultó cierta.

En el primer capítulo de la tesis se hace referencia a algunas consideraciones en torno a la vigencia de los partidos políticos y de la manera como los electores otorgan su voto en la actualidad pues ya no se realiza a partir de razonamientos gremiales, sino personales, respondiendo más a su condición de ciudadano que a la síntesis ideológica en torno a la cual se agrupaba anteriormente, como fué el proletariado, el sindicalismo, etc.

Frente a los cuestionamientos que se hacen en torno a la vigencia o no de los partidos políticos se plantea la humanización de la política como alternativa para la revitalización de esos partidos, así como la constitución de redes de contacto personal para aglutinar a los ciudadanos en torno a los temas que interesan a esos mismos partidos.

Más adelante se hace una revisión sintética de la evolución del Partido Revolucionario Institucional, como una manera de hacer notar la incompreensión que parece haber tenido en cuanto a las expectativas de la sociedad que conforma el México de los últimos tiempos. De ahí que se haga un somero señalamiento de las causas y razones que los mexicanos han tenido para alejarse de los causes tradicionalmente instituidos para canalizar y organizar las demandas de la sociedad, planteando nuevas formas de actuación, nuevos esquemas de comportamiento y nuevas necesidades que responden a una sociedad moderna, urbanizada, globalizada, informada, crítica y propositiva, con su correspondiente dosis de propuestas para la solución de los problemas que se presentan y de medidas para evitar el conflicto.

El capítulo cuarto nos habla de los valores actuales de los mexicanos, de lo que somos, de lo que queremos y creemos ser, de lo que esperamos de la política y de los políticos, así como de la confianza que requerimos para determinar nuestras preferencias, incluyendo las electorales, en resúmen, de algunos aspectos de la cultura política de los mexicanos que se acercan al nuevo milenio y que desde luego creemos que se han venido contemplando en la integración de las redes de contacto personal, aunque haya sido de una manera empírica, gracias a las conclusiones que ha arrojado nuestra observación participante.

Las redes de contacto personal utilizan como mecanismo *sin e qua non*, la comunicación interpersonal u oral, así como la influencia de los líderes de opinión para hacer llegar sus mensajes a la población que se pretende alcanzar. De ahí que se haya revisado el papel y la importancia de la comunicación oral, frente a la de los medios de comunicación masiva, pero también como una manera de plantear una recomendación a quienes tienen a su cargo la dirección de campañas electorales, a fin de que reconsideren los alcances que pueden lograr con una o con otra forma de comunicación y estén en posibilidad de tomar decisiones acertadas. Frente a una sociedad insegura o desconfiada ¿dónde será más redituable la inversión, electoralmente hablando, en un medio que sirve para colocar el tema de conversación de la gente o en otro que sirva para con mayor eficacia para cambiar la opinión del electorado?

En el sexto capítulo se presenta la caracterización de las redes de contacto personal, recogiendo los descubrimientos sociológicos en torno a los valores y la cultura política de los mexicanos, así como la importancia de la

comunicación oral y el reclamo subyacente de humanizar el poder, que ha venido haciendo la sociedad mexicana en los últimos años.

Finalmente se plantea la aplicación práctica de las redes de contacto personal a través del caso de la Red de Amigos de María de los Angeles Moreno, con la que puedo constatarse los alcances de ese tipo de mecanismos para el proselitismo político y que como ya hemos apuntado, pueden servir a didintos propósitos, no sólomente a los electorales.

Humanizar el poder y la política es, en síntesis, la propuesta de esta tesina, como una manera de abordar las demandas ciudadanas y de rescatar, para el caso de los partidos políticos e inclusive de las instancias gubernamentales, un instrumento de la política que sirve para incrementar el apoyo a los partidos políticos o al sistema.

Finalmente las RCP se constituyen en un mecanismo idóneo de comunicación para los candidatos ya que a través de ellas pueden hacer llegar a sus públicos objetivo los mensajes de su interés de una manera más impactante, de acuerdo con lo que vimos en el Capítulo Quinto de esta tesina en el que queda muy claramente establecida la ventaja que tiene la comunicación oral sobre la que proporcionan los medios de comunicación, en cuanto a la receptividad de los mensajes e inclusive en el cambio de opinión, gracias a que ésta se realiza entre personas a las que la población respeta y concede autoridad e influencia en su vida, como son los miembros de su familia y los amigos.

BIBLIOGRAFIA

- 1 Alducin Abitia, Enrique. **Los valores de los mexicanos entre la tradición y la modernidad**. México. Fomento Cultural Banamex, A.C., 1989, p.p. 270
- 2 Alducin Abitia, Enrique. **Los valores de los mexicanos**. Tomos II y III, México. Fomento Cultural Banamex, A.C., 1993, p.p. 184
- 3 Alonso, Jorge. **Crepitar de banderas rojas**. Campaña y elecciones socialistas. Cuadernos de la Casa Chata 101. México 1984, p.p. 190
- 4 Alonso, Jorge y Sánchez Díaz, Sergio. **Democracia emergente y partidos políticos**. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México, D.F., 1990, Tomo I, p.p. 146
- 5 Alonso, Jorge. **Cultura política y partidos políticos en México**. En: El estudio de la cultura política en México. México, 1996 CONACULTA, CIESAS p. 187-214
- 6 Becerra Ricardo, Salazar Pedro y Woldenberg José. **La reforma electoral de 1996**. México, 1997 FCE. pp.237
- 7 Beltrán, Ulises, et-al. **Los Mexicanos de los noventa**. Instituto de Investigaciones sociales. Universidad Autónoma de México, México 1996, p.p. 207
- 8 Cárcenas Graci, Jaime F. **Crisis de legitimidad y democracia interna de los partidos políticos**. México 1992 FCE Múneo
- 9 Cordera Campos, Rafael. **Comp. La nueva reforma política**. México UNAM y el Nacional, 1991, pp.228
- 10 Comité Ejecutivo Nacional del Partido Revolucionario Institucional **Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales**. México, 1994, p.p. 479
- 11 Comisión Nacional de Ideología. **Agenda para la reforma del Partido Revolucionario Institucional**. México, 1994, p.p. 167
- 12 Cordera Campos; Rafael (Comp.) **La nueva reforma política**. México, 1991, El Nacional pp228
- 13 De Sola Pool, Ithiel **Los efectos de la comunicación sobre la conducta de los votantes en las urnas**. En: La ciencia de la comunicación humana. México 1982. Ed. Grijalbo p.153-166
- 14 Duverger, Maurice. **Los partidos políticos**. México. FCE, 1969, p.p.459
- 15 Esteinou, Rosario. **Familias de sectores medios: Perfiles organizativos y socioculturales**. CIESAS. México, 1996 p.p. 146

- 16 Flores, Julia Isabel. **Comunidad, instituciones, visión de la existencia, identidad, ideología.** En: Los mexicanos de los noventa. México 1996. I.I.S. UNAM p. 78-141
- 17 Frente Nacional de Organizaciones y Ciudadanos. **Las organizaciones populares en la política mexicana.** México, 1994, p.p.189.
- 18 Fundación Mexicana Cambio XXI. **Partido Revolucionario Institucional: origen y transformación.** México, 1994, p.p.116
- 19 Furtak, Robert K. **El partido de la revolución y la estabilidad política en México.** UNAM, FCPS. Estudios 35 p.p.209
- 20 García Pelayo, Manuel. **El estado de partidos.** México, Alianza Editorial, 1986 p.p.216
- 21 González Casanova, Pablo. **El estado y los partidos políticos.** México, 1981. Ediciones Era, p.p.257
22. Hernández Campos, Jorge. **El ocaso de los medios de comunicación de masas.** En Partidos políticos y ciudadanos: entre el diálogo y la mercadotecnia. México, 1991, Cambio XXI Fundación Mexicana PRI, PP 99 Augusto Isla Compilador
- 23 Instituto Mexicano de Estudios Políticos. **México: realidad política de sus partidos.** México, 1970. Antonio Delhumeau Dir. p.p.318
- 24 Janis, Irving L. **La personalidad como factor de susceptibilidad a la persuasión.** En La ciencia de la comunicación humana. Comp. México, 1982 Ed. Grijalbo p. 65-77 Wilbur Schramm Comp.
- 25 Klapper, Joseph T. **Los efectos sociales de la comunicación de masas.** En: La ciencia de la comunicación humana. México 1982 Ed. Grijalbo p. 79-92 Wilbur Schramm Comp.
- 26 Krotz, Esteban, Comp. **El estudio de la cultura política en México.** CONACULTA. CIESAS. México, 1996, p.p. 446
- 27 Lazarsfeld, Paul y Menzel, Herbert. **Medios de comunicación colectiva e influencia personal.** En: La ciencia de la comunicación humana. México 1982 Ed. Grijalbo p. 112-138
- 28 Lomnitz Larissa A. **Cómo sobreviven los marginados.** México 1975 Siglo XXI pp.229
- 29 López Cámara, Francisco. **El desafío de la clase media.** México Ed. Joaquín Mortiz pp.104
- 30 Moreno, Daniel. **Los partidos políticos del México contemporáneo 1916-1985.** Pax-México. México, 1985, p.p. 478

- 31 Moreno Uriegas, Ma. de los Angeles. **Pensamiento político para el cambio.** Partido Revolucionario Institucional. México, 1995, p.p. 300
- 32 Naghi Namakforoosh, Mohammad. **Mercadotecnia electoral.** Linusa. México, 1984, p.p. 268
- 33 Osorio Marbán, Miguel. **El Partido de la Revolución Mexicana, PRI.** México, 1990 p.p.394
- 34 Panebianco, Angelo. **Modelos de Partido: organización y poder en los partidos políticos.** Madrid, 1990 Alianza Universidad. Trinidad Mario Tr. p.p. 512
- 35 PRI. **Documentos Básicos,** México, 1990, p.p. 327
- 36 PRI. **La reforma del PRI y el cambio democrático en México.** México, 1994 Noriega Editores, p.p. 357
- 37 PRI, CNOP, EDICAP. **Historia documental CNOP.**México, 1984 Vols 1,2,3,
- 38 Próspero, Michele. **Ascenso y caída del gobierno de los partidos.** México 1992 Mimeo. Luis Alberto de la Garza Tr. pp.47-109
- 39 Secretaría de Gobernación. **Directorio de Organizaciones Civiles.** México. 1994 pp.145
- 40 Schramm, Wilbur (Comp). **La ciencia de la comunicación humana.** Grijalbo, México, 1988, p.p. 191

DOCUMENTOS

- 1 Coordinación de la Red de Amigos. **Seguimiento de la Red de Amigos de María de los Angeles Moreno.** 18 de junio de 1994. Casa de la Campaña de la Candidata al Senado, p.p. 30.
- 2 Kuschick, Murilo. **Marketing Electoral.** Seminario. Universidad Autónoma Metropolitana. México, 1996 Fotocopias
- 3 Moreno, Alejandro. **Confianza Interpersonal y Actitudes Políticas en México, 1981-1990,** ITAM, México, p.p. 171
- 4 PRI **Calendario COFIPE.** Subsecretaría de Estructura y Capacitación Eelectoral. México, 1994, p.p. 16.3. PRI
- 5 **Plataforma Electoral para el Distrito Federal.** 1994-1997. Partido Revolucionario Institucional, p.p. 94
- 6 Secretaría de Acción Electoral. **Plan Nacional Electoral.** Agosto 7, PRI, 1994, p.p. 18.
- 7 **EL PRI y la Democracia Mexicana.** Partido Revolucionario Institucional. Julio, 1994, p.p. 47

8 Memoria de la Campaña Político Electoral de María de los Angeles Moreno Uriegas, mayo-agosto, 1994, vols. I; II; III; IV.

REVISTAS

- 1 Calderón Rodríguez, José María. **El partido político: transformación y perspectivas.** Estudios Políticos, Tercera Época No. 11, p.41-54
 - 2 Curzio Gutiérrez, Leonardo. **Una lectura sobre la crisis de los partidos políticos.** México, UNAM. FCPS. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales No.156 p.231-235
 - 3 López Benítez, Carlos. **Auge y declive de los partidos políticos: México y Polonia en perspectiva comparada.** México, UNAM. FCPS. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales. 1994 No.156 p.73-100
 - 4 Melucci, Alberto. **Sistema político, partiti e movimenti sociali.** México, UNAM, FCPS. Revista Mexicana de Sociología. Año XLII No. 4 p.1731-7
- Ledda Argüedas Tr.