

# Investigación antropológica



# Ciudadanos tapete y ciudadanos pateas puertas: cultura de la política, identidad ciudadana y participación en la Ciudad de México\*

HÉCTOR TEJERA GAONA\*\*

*El presente artículo estudia con las herramientas de la antropología la relación entre ciudadanos e instituciones en el marco de los procesos electorales que recientemente se han dado en la capital del país; en particular se analizan las motivaciones y expectativas que afectan la participación ciudadana en la vida política local. También se examina, con base en un enfoque teórico-metodológico de corte cultural, las características políticas de la relación entre ciudadanía, partidos y gobierno, con el fin de explicar las dificultades para propiciar la participación ciudadana. **Palabras clave:** ciudadanía, participación, cultura, ciudad, política, objetivación, clientelismo.*

Hay dos tipos de ciudadanos: el primero, el *ciudadano tapete*, que al dirigirse al gobierno, llámese delegación o gobierno central, lo hace de manera casi en tono de ruego. Le pide "si es posible", "si está dentro de sus posibilidades", "sería tan amable", "por su atención, quedo como su atento servidor". Casi lame el piso. Por el contrario, el segundo, si no es atendido, es el *pateas puertas*, el que exige de manera inmediata la solución a sus demandas. De plano, hasta parece que te va a golpear.

*Coordinadora de Casa de Atención Ciudadana de Diputado Local en el Distrito Federal (Iztacalco, 14 de agosto, 2002)*

El objetivo de este texto es reflexionar sobre las posibilidades y obstáculos para construir una sociedad democrática que, mediante una participación ciudadana, se extienda más allá de la democracia político-electoral. Para ello, hemos profundizado en la interrelación entre ciudadanía, instituciones gubernamentales y partidos

políticos, con el fin de abordarla desde una perspectiva cultural y, con base en ella, exponer algunos resultados derivados de la investigación que hemos desarrollado en torno al tema en la Ciudad de México.

Proponemos que la construcción cultural de lo ciudadano se configura, en gran medida, en la experiencia de los ciudadanos proveniente de las prácticas sociopolíticas locales y cotidianas, las cuales generan el "sentido que los ciudadanos adscriben a ella".<sup>1</sup> Dichas prácticas sociopolíticas son resultado y expresión de la interacción ciudadana con las instituciones gubernamentales y políticas (específicamente los partidos políticos), y la configuración que la caracteriza deriva, en gran parte, de las tensiones que los ciudadanos viven entre lo establecido como lo "formalmente instituido y lo que se vive como informalmente legitimado" (Winocur y Giglia, 2002: 98). Por ello, veremos más adelante, la explicación de cómo se estructura la cultura

\* Artículo recibido el 24/05/04 y aceptado el 09/07/04. Los resultados que se presentan son producto del proyecto Cultura y Política en México, que el autor coordina en el Departamento de Antropología de la UAM-Iztapalapa. La investigación sobre campañas electorales se realizó en 1997 y 2000, mientras que la relacionada con participación ciudadana, en 2002, 2003 y 2004, ambas en la Ciudad de México.

\*\* Profesor investigador del Departamento de Antropología de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa. San Rafael Atlixco núm. 186, col. Vicentina, C. P. 09340, México, D. F. Correo electrónico: htejera@prodigy.net.mx

<sup>1</sup> Esta expresión se entiende como el contenido emocional que sustenta la adscripción a la comunidad (Ahluwalia, 1999: 321). Por lo demás, entendemos por ciudadanía –siguiendo a Marshall (1998 [1950]: 32)– el "estatus que se concede a los miembros en pleno derecho de una comunidad. Sus beneficiarios son iguales en cuanto a los derechos y obligaciones que implica".

ciudadana<sup>2</sup> y cómo ésta matiza el comportamiento de los ciudadanos no puede reducirse a estudiar sus normas y valores. Requiere profundizar en los contenidos culturales que delinear sus prácticas políticas<sup>3</sup> y en las transformaciones de dichos contenidos como resultado de su interinfluencia con las instituciones gubernamentales y los partidos políticos.

### Cultura de la política y objetivación

Con base en lo expuesto, nos distanciamos de la cultura política para estudiar la cultura ciudadana. Como se sabe, el enfoque que caracteriza a la primera sostiene, implícita o explícitamente, que ésta se estudia a partir de valores, normas y adscripciones hacia lo político e incide sobre las características del sistema político.

Desde nuestra perspectiva, esta propuesta tiene dos problemas generales que resultan de soslayar cuatro cuestiones. Los dos problemas son que parte de una perspectiva que circunscribe *lo cultural* a normas y valores, y que supone que los individuos actúan con base en ellos, pues se sustenta en un enfoque de la cultura de corte normativo.<sup>4</sup>

La primera cuestión se relaciona con las características de la cultura contemporánea, fundamentalmente su carácter comunicativo, heterogéneo y coyuntural, lo cual dificulta enfocarla como un conjunto de orientaciones de carácter normativo e integrador. En este sentido, las normas y valores que los ciudadanos ex-

presan en entrevistas y sondeos son, en general, referencias a una moral social, más que pautas que guíen su comportamiento. La segunda cuestión, derivada de la anterior, se refiere a las consecuencias teórico-metodológicas que debieran desprenderse de las tensiones entre lo normativamente expresado por los ciudadanos y su actuar en el campo de las relaciones políticas; dichas tensiones requieren proponer una estrategia diferente para abordar los fenómenos culturales relacionados con la política. La tercera cuestión, que se soslaya aunque usualmente sea un axioma, es el postulado de que la cultura incide sobre el sistema político. Al respecto, es necesario establecer qué ámbitos de la relación entre ciudadanos e instituciones han generado cambios en el sistema político como resultado o efecto de la cultura –más allá de establecer concordancias o disonancias entre cultura y sistema político–<sup>5</sup> para explicar, además, cómo ha repercutido la participación ciudadana en el sistema político.<sup>6</sup> De esta forma, podrá superarse el apriorismo que frecuentemente subyace en los trabajos sobre cultura política en cuanto a que la cultura afecta las características democráticas o autoritarias del sistema político, apriorismo que sigue los postulados de los fundadores de los estudios de cultura política.<sup>7</sup> Finalmente, en cuarto lugar, que la perspectiva de la cultura política sostiene que ésta es un conjunto de valores o percepciones relacionadas con lo político, pero no reflexiona sobre las características particulares que adquiere la cultura cuando actúa en el ámbito político.

<sup>2</sup> En términos amplios, entendemos como cultura ciudadana el conjunto de prácticas que la ciudadanía muestra en su relación con el gobierno y los partidos políticos; engloba las percepciones sobre los deberes y derechos ciudadanos, y la identidad respecto a las instituciones del Estado.

<sup>3</sup> Partimos de definir a la política como la acción o conjunto de acciones de carácter social, dirigidas a modificar las relaciones o estructuras de poder que establecen el carácter organizativo de las relaciones de producción, reproducción y consumo de los bienes sociales de carácter material o simbólico existentes en una determinada sociedad, y donde el poder tiende a delimitar el acceso a dichas relaciones.

<sup>4</sup> Este enfoque normativo de la cultura proviene de la influencia de la perspectiva jurídica que marcó los inicios de la antropología. En efecto, varios de los iniciadores de la antropología fueron abogados y su visión de la cultura como un sistema de normas matizó la antropología posterior.

<sup>5</sup> Recuérdese que Almond y Verba (1963) realizan una asociación entre cultura súbdito/autoritarismo y cultura participativa o cívica/democracia, lo cual ha llevado a muchos a buscar las relaciones entre cultura y sistema político. Trabajos posteriores nos muestran que dicha asociación es más compleja y permiten cuestionar las asociaciones tipológicas o de corte concomitante entre cultura y sistema político (McCann, 1997) y más aún, la relación entre cultura *súbdito* y sistema político autoritario, o entre cultura *participativa* y democracia (Banton, 1972; Booth y Seligson, 1984; Cornelius, 1984; Moore, 1973; y Seda, 1969).

<sup>6</sup> En relación con la participación como un elemento que incide sobre el sistema político y, sustancialmente, favorece la implantación de un sistema democrático, es sugerente la precisión que Lipset hace al respecto cuando dice: “Por una parte, los miembros pueden presentar un bajo nivel de participación política en una organización o sociedad, pero sin embargo influir en la política por su capacidad de retirar o brindar el apoyo electoral a una u otra de las diferentes burocracias que rivalizan por el poder. Por otro lado, una sociedad o ciudadanía puede asistir regularmente a reuniones, pertenecer a un gran número de organizaciones políticas y hasta poseer una elevada proporción de votantes que concurran a las urnas y, sin embargo, tener poca o ninguna influencia en la política” (1993: 155).

<sup>7</sup> Especialmente cuando ellos sostienen que “la cultura cívica es una *cultura política participante* donde la cultura política y la estructura política son congruentes” (Almond y Verba, 1963: 31).

Por todo lo anterior, consideramos necesario estudiar la relación entre cultura y política desde una estrategia distinta.

### Objetivación cultural

Sostenemos que la cultura en el ámbito de las relaciones de poder actúa a través de los sujetos sociales cuando éstos, por su interés en modificar las relaciones sociales, establecen “nuevas fronteras de significado” (Bourdieu, 1987). Para ello, reorganizan diversos referentes culturales para alcanzar sus propósitos en el campo de la negociación y el enfrentamiento políticos. Dicho interés genera lo que denominamos *objetivación de la cultura*, término con el cual aludimos a la dinámica que caracteriza a la cultura en el ámbito político y que constituye el campo de análisis de la *cultura de la política*.

La *objetivación* es el proceso cultural mediante el cual los actores sociales enfatizan, exageran o inventan



ciertos aspectos de su vida cotidiana, entorno social, identidad, convicciones y creencias, con el propósito de influir en la esfera política. Ella explica cómo se seleccionan, resignifican e inventan contenidos culturales utilizados para buscar consensos y adscripciones a posiciones y estrategias en dicha esfera. La objetivación se expresa tanto en *discursos* como en *prácticas* en el ámbito de las relaciones políticas, y tiene el propósito de definir el campo semántico del conflicto político. Sin embargo, su eficacia simbólica no garantiza que establezca el poder de los diversos individuos, grupos o sectores en pugna.<sup>8</sup> También explica el carácter dinámico de la cultura –ya que es el proceso que genera las continuas transformaciones en la relación entre cultura y política–, y recupera el contenido creativo de la cultura, en particular porque el conflicto político genera el cuestionamiento simbólico de los códigos culturales dominantes que actúan sobre el consenso y la hegemonía.<sup>9</sup>

Abordar la cultura desde esta perspectiva permite, además, tomar distancia de la escuela norteamericana de cultura y personalidad, que estuvo en boga durante las décadas de los años cuarenta y cincuenta del siglo pasado. Esta escuela ha influido profundamente en quienes estudian la cultura política, favoreciendo el mantenimiento de la tautología individuo-cultura, la cual sostiene que, al ser los individuos portadores de cultura, esta última se estudia a través de ellos. Esta tautología ha consolidado la visión de la cultura como *internalización* y como *manifestación*, es decir, el enfoque de que los sujetos sociales son *depositarios* de la cultura, a la vez que la *expresan* en sus actos. De dicha visión deriva la estrategia técnica que, partiendo de las concepciones y percepciones de los individuos, sustenta el análisis cultural en la encuesta de valores,<sup>10</sup> lo cual ha actuado en detrimento de una reflexión más compleja sobre la cultura que la conciba como el espacio de la construcción intersubjetiva de lo social.

### Cultura y política

Por lo demás, la cultura es un fenómeno político en la medida en que sus contenidos y estructura son producto de relaciones políticas; en efecto, es producida y a la vez reproduce las relaciones sociales. Si lo anterior

<sup>8</sup> La propuesta de Tiffany al respecto nos parece indicativa de lo mencionado cuando afirma: “The presence of power in a social unity is indicated by a range of factors. A crude measure might be obtained from the size of memberships, although is also necessary to consider material, technical, financial, and other resources available to the group” (1979: 73).

<sup>9</sup> Definimos hegemonía como “esa parte de la ideología dominante que se ha naturalizado, y ha ideado un mundo tangible a su imagen” (Comaroff y Comaroff, 1992: 29).

<sup>10</sup> Cabe precisar que no consideramos a las encuestas de preferencia electoral como encuestas de valores, en la medida en que solamente inquieran sobre una probable decisión, pero no indagan sobre las razones de ella.

usualmente no ha sido puesto en la mesa, quizá se deba al predominio de las perspectivas normativas sobre la cultura. Sin embargo, sería provechoso recordar que:

Si la concepción de cultura como la atribución de significados incrustados en todas las prácticas sociales ha sido establecida en el campo de la antropología, lo que la teoría de la hegemonía trae a la luz es el hecho de que esta atribución de significados tiene lugar en un contexto caracterizado por el conflicto y las relaciones de poder (Dagnino, 1998: 43).

Podría sostenerse que enfocar a la cultura como producto de las relaciones de conflicto y poder en una sociedad es una perspectiva que *sobrepolitiza a la cultura*, especialmente porque no todos los elementos de la cultura son debatidos en la esfera política. Sin embargo, esta situación sustenta nuestra propuesta, pues aquellas percepciones sobre las relaciones sociales y la política que no se discuten han logrado ubicarse en el campo del consenso y la hegemonía. Ello no significa que en otro momento dichas percepciones no serán puestas en duda y debatidas políticamente, pero esto depende de las particularidades de los conflictos sociales que se transfieran a la esfera política.

Lo anterior nos muestra que, especialmente en dicha esfera, la cultura manifiesta un carácter más dinámico que en otros, lo cual obliga a desechar que ella puede definirse como “lo que permanece”,<sup>11</sup> y obliga a adentrarnos en cómo actúa en el espacio de las *relaciones políticas*. Por ejemplo, en la añeja discusión sobre la relación entre cultura y democracia se sostiene, por un lado, que la cultura de los mexicanos –por sus contenidos autoritarios o de subordinación– es un obstáculo para la democratización; por el otro, se postula que favorecerá la implantación o la ampliación de la democracia,<sup>12</sup> cuando los resultados de investigación indican la presencia de actitudes democráticas. La objetivación nos explica que los ciudadanos se inclinarán hacia actitudes democráticas o autoritarias,<sup>13</sup> según las circunstancias o coyunturas políticas, por lo cual esta discusión parece estéril. En efecto, la objetivación enseña que los contenidos culturales puestos en juego en las relaciones políticas responden más a condiciones coyunturales que a *clivajes culturales*.

a Arturo Warman  
*In memoriam*

Las profundas transformaciones que ha sufrido el campo mexicano en las últimas décadas llevaron al Consejo Editorial de la revista *Alteridades* a proponer una edición sobre la problemática rural contemporánea. El doctor Arturo Warman fue el primer invitado a colaborar en esta iniciativa; sin embargo, el artículo que nos había prometido para fines del 2003 no pudo llegar.

Este número, dedicado al campo, queda notablemente incompleto sin la aguda reflexión de Arturo Warman, quien además de haber formado parte del cuerpo fundador del Departamento de Antropología de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa (UAM-I), fue también un académico brillante y un investigador comprometido con la problemática rural del país. Algunos de sus alumnos –de las primeras generaciones de antropólogos de la UAM– tuvimos el privilegio de incursionar con él en el trabajo de campo y aprendimos a explorar el mundo campesino. Algunos de nosotros seguimos necitadamente intentando descifrar la compleja y diversa realidad de las áreas rurales de nuestro país.

Su herencia sigue vigente en el interés de entender las transformaciones del mundo rural hoy en día.

Ana Paula de Teresa

## Características de la cultura

Por lo expuesto anteriormente, consideramos que existen, al menos, dos niveles en los cuales puede enfocarse la relación entre cultura y política:

- a) La cultura como una estructuración de normas, valores y percepciones resultantes de una correlación específica en las relaciones de poder.
- b) La cultura como una dinámica social de asignación de significados con el propósito de modificar (o mantener) determinadas relaciones de poder.

Además, hemos dicho que la cultura muestra procesos de profundidad distinta en cuanto a los cambios que la caracterizan. Proponemos que ello se debe a que está estructurada en planos distintos los cuales interactúan de manera diferenciada en la relación entre individuo y sociedad. Dichos planos son los siguientes:

- a) Convicciones de fondo, más o menos difusas, usualmente aporéticas y de donde se obtiene la

<sup>11</sup> Las definiciones de cultura en general consideran que su característica principal es su permanencia a través del tiempo, lo que favorece la visión estática que se tiene de la misma, a la vez que dificulta explicar los procesos de cambio cultural. Para una visión estática véase Chihu (1998), y Clark e Inglehart (1998: 69-70).

<sup>12</sup> Por esta razón encontramos a los que cuando, por ejemplo, triunfa el Partido de la Revolución Democrática (PRD) en el Distrito Federal, lo consideran resultado de una *nueva cultura política*, sin tomar en cuenta que probablemente lo que ha cambiado es el partido que, desde la perspectiva ciudadana, puede cumplir sus expectativas, las cuales corresponden a una cultura por demás tradicional. Al respecto véase Tejera Gaona (1998 y 1999).

<sup>13</sup> En el trabajo de campo encontramos que temas como la inseguridad pública fácilmente despiertan posiciones autoritarias entre la ciudadanía.

- definición de las situaciones en que se ubican los individuos (Habermas, 1989: 104).
- b) Asignación de sentidos del mundo con base en valores significativos y que, en consecuencia, matizan las acciones frente al mundo (Weber, 1949: 81).
- c) Atribución de significados a las prácticas sociales en un contexto caracterizado por el conflicto y las relaciones de poder (Dagnino, 1998: 43), en el cual los sujetos sociales persiguen objetivos o propósitos que pretenden alcanzar mediante el empleo y la reorganización de dichos significados (Tejera Gaona, 2003a: 26).

En la conjunción de los niveles y la profundidad diferencial de los procesos culturales se configura el ámbito para abordar el estudio cultural de la interrelación entre ciudadanía, instituciones gubernamentales y partidos políticos. Cabe mencionar que dichos procesos expresan la constante interacción entre el ámbito simbólico y los referentes materiales que le otorgan contenido; en este sentido, por ejemplo, las demandas políticas son usualmente construcciones culturales que hacen referencia a aspectos materiales de la vida social y viceversa, los aspectos materiales de la vida social se manifiestan en construcciones culturales que se expresan políticamente.

## Ciudadanos y participación

La principal tensión existente en la relación entre ciudadanos, partidos políticos y gobierno<sup>14</sup> es aquella ubicada en el ámbito de la administración gubernamental de los servicios públicos y del espacio urbano. En términos generales, dicha tensión alude a la *política de distribución del ingreso*. Por lo anterior, definimos la participación ciudadana como el conjunto de accio-

nes ciudadanas cuyo propósito es aumentar su injerencia y control en el direccionamiento de los recursos del Estado y, por ende, su incidencia en las instituciones gubernamentales que los administran.

La participación ciudadana es selectiva y se sustenta en intereses específicos marcados por valores, prácticas y significados que, a la vez que la impulsan, le imprimen su particularidad. Por ello, reiteramos, la cultura no es solamente lo *internalizado* por los sujetos sociales y que se *expresa* en actitudes y acción políticas, sino que es un medio por el que se construyen nuevos campos significativos que se ponen en juego en las negociaciones políticas. Eventualmente, dichos campos pueden construir o consolidar identidades, a la vez que fortalecer disensos y validar así posiciones y comportamientos políticos.<sup>15</sup>

Nuestro interés se ha dirigido al ciudadano no organizado que, oculto en lo multitudinario e integrante de la *mayoría silenciosa*,<sup>16</sup> es usualmente difícil de aprehender. Lo hemos buscado en los ámbitos donde se relaciona con las instituciones gubernamentales y los partidos políticos, y hemos realizado –en términos de Amalia Signorelli– una *antropología de la ventanilla*,<sup>17</sup> para abordar la relación entre los ciudadanos y el sistema político. En los contactos que los ciudadanos tienen con los representantes gubernamentales y con los candidatos y militantes de los partidos políticos se configuran algunos elementos de su identidad, la cual se manifestará en su comportamiento como *tapetes*, cuando consideren que de esta forma pueden obtener respuesta a sus demandas, o ante la frustración de que éstas no son atendidas, *pateando algunas puertas*.

## Ciudadanos y partidos políticos

Dejando de lado el análisis particular de las campañas políticas de los principales partidos en la Ciudad de México –el cual hemos realizado en otros trabajos–,<sup>18</sup>

<sup>14</sup> El término gobierno alude al ejercicio del poder del Estado que se encuentra asociado y restringido a las instituciones formales, producto de una democracia constitucional de carácter representativo (Foucault, 1982: 224).

<sup>15</sup> En este sentido, coincidimos con Melucci (1998: 423) en cuanto a que los conflictos políticos son también culturales en la medida en que intentan incidir en la construcción de significados, aunque la ubicación de dichos significados sea estructural, pues pretenden cambiar las relaciones de dominación.

<sup>16</sup> “*El único referente que funciona todavía es el de la mayoría silenciosa*. Todos los sistemas actuales funcionan sobre esa entidad nebulosa, sobre esa sustancia flotante cuya existencia ya no es social, sino estadística, y cuyo único modo de aparición es el sondeo” (Baudrillard, 1978: 23; cursivas en el original).

<sup>17</sup> Esta antropóloga afirma: “Muy a menudo se oye decir que el Estado moderno es, para el ciudadano medio, una entidad abstracta, lejana, inalcanzable, incluso difícilmente imaginable: y justamente en este distanciamiento y ausencia de relación entre Estado y ciudadano, distanciamiento que ni siquiera los partidos políticos consiguen salvar de forma satisfactoria, se encontraría una de las grandes amenazas para la democracia. Esta afirmación de muchos politólogos y hombres políticos me parece que no tiene en cuenta los continuos contactos e intercambios que se dan entre ciudadanos y Estado a través de las terminales que son, precisamente, las ventanillas. Se trata de relaciones numerosas, espesas, capilares y, sobre todo, muy concretas: por una parte un ciudadano con una necesidad y titular de un derecho, por otra, no el Estado, sino una persona de carne y hueso, un funcionario, que representa al Estado y gestiona su poder” (Signorelli, 1996: 29).

<sup>18</sup> Algunos resultados han sido publicados en Tejera Gaona (1998, 1999, 2000a, 2000b, 2001, 2002 y 2003a).

ellas han sido una oportunidad para estudiar la construcción cultural de la ciudadanía a partir de la relación entre ciudadanos y políticos, en la medida en que los candidatos se acercan a la ciudadanía con la intención de ganar su preferencia electoral. En este sentido, los partidos no deben verse como instituciones de carácter exclusivamente político, sino también cultural que “al buscar fraguar y extender la identidad partidaria crean y propagan un tipo de cultura que tiene que ver con los simbolismos de conseguir y desempeñar el poder” (Alonso, 1994: 115; cursivas nuestras). En efecto, al realizar proselitismo político, sus integrantes buscan establecer lazos simbólicos con la ciudadanía,<sup>19</sup> y con base en sus imaginarios sobre qué son o deberían ser los ciudadanos intentan configurar la cultura ciudadana. A su vez, los ciudadanos inciden en la formación de la cultura partidaria al ofrecer su voto solamente a aquellos que se ajustan a su percepción del papel que deben tener los partidos en el ámbito de las relaciones políticas.<sup>20</sup>

En términos generales, los partidos –particularmente aunque no exclusivamente el Partido Revolucionario Institucional (PRI)– muestran una visión clientelar en cuanto a cómo alcanzar y ejercer el poder sustentado en el axioma de que el ciudadano se comporta política y electoralmente de forma clientelar.<sup>21</sup> No está de más mencionar que dicha visión de la ciudadanía probablemente se explica porque muchos de quienes integran el PRI provienen de redes clientelares y, por esta circunstancia, muestran la tendencia a reproducir tal

esquema de relación política. Esta perspectiva sobre los ciudadanos es compartida por muchos candidatos y participantes de las campañas del PRD,<sup>22</sup> especialmente cuando son integrantes o líderes de organizaciones populares. En contraste, quienes provienen de grupos intelectuales de izquierda se inclinan a propiciar una relación entre ciudadanía y gobierno que fomente la participación ciudadana.

Los candidatos del PAN han mostrado una transformación en su cultura partidaria muy interesante. En 1997 la mayoría estaba poco familiarizada con las prácticas políticas usuales en este país y mostraban una visión que combinaba elementos de clase media, de corte empresarial y enunciados individualistas. Por esta razón, la *personalización* era el aspecto que las fundamentaba, pero su cultura se fue impregnando cada vez más de dicha visión clientelar y en el 2000 sus campañas fueron muy semejantes a las realizadas por el PRI y la mayoría del PRD.

Parte del proceso descrito responde a la construcción del imaginario sobre lo ciudadano y, por ende, qué estrategias tienen eficacia en las campañas políticas para ganar el voto, lo cual responde a la difusión de algunos elementos de la cultura partidaria entre los partidos, como al comportamiento de la ciudadanía ante los candidatos. Por esta razón, estrategias proselitistas que, según nuestro análisis, no tienen eficacia en el comportamiento electoral de la ciudadanía –como el caso de la entrega de regalos (cf. Tejera Gaona, 2003a: 251 y ss.)– pueden convertirse en una obsesión para los

<sup>19</sup> Además de que sus integrantes llegan a mantener estilos de vida más o menos similares (Lomnitz y Melnick, 2000: 10). En nuestra investigación hemos encontrado que los militantes del Partido Acción Nacional (PAN) son quienes están más asociados a un estilo de vida e, incluso, viven en colonias que pueden catalogarse como tradicionalmente panistas. Como plantea Gómez-Tagle: “Tengo la hipótesis de que efectivamente hay zonas de alta consolidación urbana que han sido consistentemente panistas como las delegaciones Benito Juárez, Miguel Hidalgo, Cuauhtémoc, Gustavo A. Madero, Álvaro Obregón y Coyoacán, principalmente, lo cual permitió al PAN colocarse como segunda fuerza política en el Distrito Federal desde los años sesenta [...] su techo de votación ha estado marcado por el perfil socioeconómico de sus votantes” (2000: 44).

<sup>20</sup> Ahora bien, una cosa es que los ciudadanos ofrezcan su voto a cambio de ciertas acciones por parte de los partidos (por ejemplo, que sean gestores o intermediarios y que les ofrezcan regalos durante las campañas) y otra, que realmente voten por ellos. Sobre esto regresaremos más adelante.

<sup>21</sup> Cabe realizar aquí una precisión en cuanto al término clientelar. Desde nuestra perspectiva, los ciudadanos tienen derecho a solicitar o a exigir del gobierno la atención de sus demandas y necesidades (ya sea como *ciudadanos tapete* o *ciudadanos patean puertas*) y éste, la obligación de atenderlas. Lo que convierte a dicha relación en clientelar son tres cosas: a) que quienes tienen a su cargo las instituciones del Estado las utilicen para beneficiar a grupos simpatizantes con determinado partido (generalmente “su” partido); b) que las empleen en beneficio político personal para obtener liderazgo y prestigio; y c) que den prioridad a las planteadas por las *minorías intensas*, en detrimento de la atención a las mayorías silenciosas. En el caso de los partidos, sustancialmente realizan dos tipos de acciones: a) deterioran la institucionalización del quehacer gubernamental, presionando con el propósito de obtener beneficio para grupos determinados, y b) se convierten en intermediarios y gestores con el propósito de obtener votos. Lo que rompe con estas relaciones son procedimientos democráticos de asignación del presupuesto público a través de la participación ciudadana, como ha sido el caso de Porto Alegre, Brasil; de la provincia de Buenos Aires, en Argentina; y –con sus avances y límites– del programa de Presupuesto Participativo implantado del 2001 al 2003 en la Delegación Tlalpan del Distrito Federal. Los estudios antropológicos sostienen que el clientelismo se fundamenta en intercambios asimétricos envueltos en una moral de la reciprocidad. Lo importante es estudiar cómo éste se construye con base en *la perspectiva de los actores sociales involucrados*. Para una revisión de las teorías del clientelismo véase Lazzari (1993), y para el caso mexicano véase Adler (1994).

<sup>22</sup> “Nosotros nos dedicamos a realizar gestiones para la obtención de vivienda y tenemos representaciones en cinco delegaciones” (suplente de candidato a diputado local, perteneciente a la Corriente de Izquierda Democrática, CID, 18 de mayo de 1997).

candidatos quienes perciben en ella un elemento sustancial para obtener votos,<sup>23</sup> como lo muestra la siguiente descripción:

El candidato ha entablado contacto con la representante de una compañía que fabrica “cilindros” de plástico y que ese día tiene la expectativa de cerrar el trato. Se hace una pequeña reunión para analizar la pertinencia de adquirirlos. El candidato se muestra más interesado cuando la vendedora le informa que los cilindros están siendo utilizados en otras campañas y que tienen gran aceptación entre los ciudadanos. El candidato pregunta el costo de diez mil cilindros de medio litro. El costo sería de treinta y nueve mil pesos más IVA. El candidato expresa “es mucho” pero su interés se mantiene. El coordinador de campaña interviene “es demasiado dinero, ya no tenemos”. Otro de los presentes reflexiona “necesitamos algo de efectividad y no de utilidad, además quienes utilizan esas cosas son los niños y ellos no votan”. La joven continúa tratando de convencerlos de que adquieran los recipientes para líquidos y comenta que ya los ha vendido a otro candidato del PAN y que *éstos han tenido mucho éxito*. El candidato ante ello se muestra dispuesto a desembolsar de su bolsillo diez mil pesos con tal de comprarlos. El coordinador se opone “entiende... no podemos realizar gastos de este tipo, cuando hay cosas más prioritarias, acabo de hablar con nuestro jefe y dijo que nos abstengamos de hacer muchos gastos, tenemos que hacer más volantes, realizar las pintadas de las bardas, ya que en ningún lado tenemos ni una sola barda pintada. Tal vez se manden hacer plumas y encendedores”.<sup>24</sup>

En síntesis, por lo que se refiere a los partidos políticos, la cultura que difunden entre la ciudadanía es sustancialmente de corte clientelar y se engarza con otros elementos, más allá de los partidos, que actualmente están configurando a la cultura ciudadana.

### *Ciudadanía, distancia estructural y clientelismo*

El primero de los elementos de esa cultura ciudadana es la visión que el sistema político priísta ha enraizado en la ciudadanía, en cuanto a la relación que debe

establecerse entre ambos. El clientelismo y el corporativismo, predominantes en nuestro país por muchas décadas, continúan vigentes, aun cuando, en efecto, sean cada vez menos eficientes a causa del desgaste del Estado benefactor y la disminución del gasto social. Pero ante la realidad de que dichas formas de relación social entre ciudadanía y gobierno no han sido sustituidas por otras que promuevan una mejor calidad de vida para los mexicanos, encontramos una fuerte añoranza por “otras épocas”, cuando “el gobierno no dejaba que nos muriéramos de hambre” o “no se olvidaba de nosotros”. De ahí que tanto las prácticas clientelares como las aspiraciones ciudadanas se engarzen en una relación donde las actitudes *tapete y patear puertas* son caras de una misma moneda: aquella que espera (o exige) que el gobierno o los partidos políticos respondan a las demandas ciudadanas.

La distancia estructural entre gobierno y ciudadanos es cada vez mayor por la falta de canales de comunicación, y es el segundo elemento de esa cultura ciudadana. Dicha carencia es resultado de las particularidades de la democracia formal que, como sabemos, es una manera de elegir representantes pero que, en el imaginario de muchos ciudadanos, significa una forma de solucionar sus problemas. Al respecto, los mexicanos han tenido que aprender con la experiencia que el voto no dirige ni acota la acción de los gobernantes (Sartori, 1997: 55 y Peschard, 1995: 6); que la democracia es una forma de elegir representantes, no de resolver los problemas económicos y sociales del país y que, por sí misma, no establece los canales de comunicación necesarios para que los ciudadanos incidan sobre las decisiones de gobierno. Todo ello, además de desalentar la participación ciudadana, incrementa el desencanto ante gobernantes que –desde la perspectiva ciudadana– no atendieron ni atienden sus expectativas.<sup>25</sup> Como resultado, se está generando cada vez mayor distancia entre ciudadanía y gobierno. Se ha construido así un círculo vicioso que obstaculiza la participación ciudadana y que ha establecido, entre otras, las condiciones para un comportamiento electoral caracterizado por lo que Gómez-Tagle denomina como *swings* (intercambio de votos entre partidos de una elección a otra) (Gómez-Tagle, 2000: 84-90), los cuales son expresión del debilitamiento en las lealtades de las organizaciones

<sup>23</sup> En una visita domiciliaria una señora contesta desde el interior de su vivienda que no puede atenderlos, pero, después de una pausa, pregunta: “¿traen regalitos?”, y los brigadistas le contestan que sí (aunque esto no era cierto) e inmediatamente la señora abre la puerta. El candidato se presenta y ella lo atiende de manera cordial (Visitas domiciliarias, 14 de mayo de 1997).

<sup>24</sup> Comité de campaña del PAN, 12 de mayo de 1997.

<sup>25</sup> El desempeño de Cuauhtémoc Cárdenas al frente del gobierno del D. F. y, más recientemente, la desilusión provocada por la gestión presidencial de Vicente Fox son prueba de lo anterior. Ciertamente existe una relación entre las promesas de los candidatos y la desmesura de muchas expectativas ciudadanas, ya que ambas se alimentan de manera recíproca.

clientelares, cada vez más pragmáticas<sup>26</sup> y explican el creciente desapego ciudadano a las adscripciones políticas. Por ello los ciudadanos votan por los candidatos que, en determinado momento, se ajustan mejor a sus expectativas.<sup>27</sup>

El tercero es el debilitamiento de la convivencia solidaria y la prevalencia del individualismo, el anonimato y la fragmentación cultural que, como resultado de la modernidad (modernidad de tercer mundo, por cierto), desarticula la colectividad y fomenta el pragmatismo, el desencanto y el cinismo que le es correlativo (Giddens, 1994: 130).

El cuarto elemento son las necesidades ciudadanas de muy distinta índole, muchas cuyos contenidos muestran el creciente deterioro de las condiciones de vida de la población.

Finalmente, el quinto elemento, donde confluyen varios de los ya mencionados, es el profundo descrédito que los partidos políticos,<sup>28</sup> sus militantes y, en términos generales, los políticos tienen entre la ciudadanía.

Los elementos anteriores se conjugan para que muchos ciudadanos solamente estén dispuestos a establecer transacciones específicas, y se resistan a escuchar arengas políticas y promesas a mediano plazo. Por ello, sus demandas son pragmáticas y están usualmente relacionadas con su entorno más cercano, no se refieren a ningún futuro o utopía, y se ubican en el campo de negociaciones de carácter inmediato: "Usted nos arregla la calle y nosotros votamos por usted". Además, estos aspectos inhiben la construcción de canales de corresponsabilidad ciudadanos-gobierno y favorecen que los ciudadanos exijan cuentas a sus gobernantes mediante actitudes tapete y patean puertas.

Para mala fortuna de los candidatos, no parece que la relación con los ciudadanos tenga necesariamente algún efecto electoral. De la investigación realizada se desprende que, por lo general, los ciudadanos determinan su preferencia con, por lo menos, dos meses de

anticipación a las campañas electorales. Sin embargo, éstas significan una oportunidad para manipular a los candidatos y explotar su interés por obtener votos para gestionar alguna petición.<sup>29</sup> Si bien en algunas ocasiones los candidatos fueron agredidos por ciudadanos que no simpatizaban con su partido, lo usual fue que estos últimos pidieran a todos lo mismo, les aseguraban que votarían por ellos y esperaban que el ganador atendiera sus demandas. De esta manera, el intercambio entre votos y gestión (o la promesa de ella) con frecuencia se convirtió en un juego de simulaciones mutuas.

Por lo demás, a la mayoría de los ciudadanos no le interesa, no quiere o no considera necesario que exista la división de poderes. Para ellos, quienes se postulan para diputados o para jefes delegacionales son "parte del gobierno", "todos son lo mismo", y en consecuencia es "su obligación" atender sus demandas. En este sentido, el descrédito de los diputados no proviene necesariamente de su poca eficacia legislativa, sino que no atienden de forma directa las necesidades ciudadanas. Regresaremos sobre este asunto más adelante, al tratar el caso de los llamados módulos de atención ciudadana.

Es usual que los ciudadanos de los sectores populares intenten establecer relaciones clientelares con aquellos candidatos o partidos que, desde su perspectiva, tienen mayor credibilidad o posibilidad de ganar las elecciones. Estos sectores son más susceptibles a advertir que las instituciones gubernamentales no están institucionalizadas, que hay una disminución creciente del gasto social y que la democracia política es insuficiente para resolver sus problemas. Por esta razón sus prácticas políticas carecen de sentido de pertenencia y apropiación de tales entidades. Siendo así, es explicable que pretendan establecer relaciones clientelares con un gobierno al cual es difícil tener acceso de otra manera, traten de superar el juego de las simulaciones y establezcan lazos de reciprocidad con sus candidatos, es decir, con quienes consideran posibles

<sup>26</sup> Una señora que habla con los candidatos les manifiesta: "Reconozco que fui partidista del PRI [sic] pero, al ver toda la corrupción y mentiras de los líderes del partido, quedé tan decepcionada que me salí, por eso ahora los apoyo y les aseguro que toda mi familia votará por ustedes". El candidato agradece y al despedirse la mujer lo detiene para pedirle: "Cuando gane le voy a pedir que por favor revise los permisos que la delegación les da a los dueños de pulquerías, ya que éstas aumentan la inseguridad" y pone de ejemplo una pulquería que se encuentra ubicada al lado de su tienda de abarrotes. "Esa pulquería estuvo estado cerrada por mucho tiempo y los vecinos no tenían ningún problema para pasar a comprar en mi tienda, pero desde que se volvió a abrir, la seguridad se volvió un problema y de paso perjudicó mi tienda." El candidato le expresa a la señora que estas anomalías serán revisadas por el PRD, pero para que esto sea posible tienen que ganar las elecciones. La señora responde: "Yo voy a votar por ustedes y pido a Dios que ustedes ganen" (27 de mayo de 1997).

<sup>27</sup> "Nosotros apoyamos al PRD porque necesitamos que nos ayuden para la regularización de un predio" (mujer perteneciente a las brigadas del candidato, 2 de mayo de 1997).

<sup>28</sup> "Todos los candidatos cuando quieren que la gente vote por ellos se comportan sumisos, pero cuando llegan al poder se olvidan de que por la gente están ahí, por eso señor, yo no creo en ningún candidato" (30 de mayo de 1997).

<sup>29</sup> Quizá por ello un ex delegado en Iztapalapa y candidato del PRI en esa zona aseguraba que el PRI triunfaría y reflexionaba "pero si perdemos, quedará demostrado que los ciudadanos son muy buenos para fingir, porque la recepción que nos han dado es muy buena" (*La Jornada*, 17 de junio de 1997).

ganadores en las elecciones. De esta forma les reclaman “cuando ganan nos abandonan”, pero también los invitan a comer y les piden que sean padrinos en celebraciones familiares. Buscan que atiendan sus demandas y les dicen que ellos los apoyarán para ganar esa y otras elecciones. Les exteriorizan su fidelidad partidaria y personal y, en síntesis, aceptan establecer relaciones ubicadas en el binomio autoritarismo-subordinación. Así, intentan convertirlos en gestores permanentes de sus demandas y, en retribución, se vuelven su base política. Por su parte, la mayoría de los candidatos aceptan gustosos dichas relaciones, asisten a las comidas que les ofrecen y se convierten en padrinos de bautizos y quince años.

### *Participación ciudadana e intermediación política*

La experiencia tanto de las campañas políticas como del estudio de los comités vecinales (cf. Tejera Gaona, 2003b) nos indica que no existe la posibilidad de que haya una participación ciudadana en un futuro cercano. En efecto, encontramos ocasiones en que, por ejemplo, los candidatos invitaron a los ciudadanos a organizarse para solicitar a las delegaciones algún apoyo que requería de una representación vecinal para ser otorgado.<sup>30</sup> Pero ante cualquier petición de este tipo, los ciudadanos mostraron resistencia. Insistieron en que el candidato “arreglara” las cosas (es decir, hiciera la gestión él mismo) o manifestaron que era “obligación” del gobierno solucionar sus necesidades y demandas. Ciertamente hay una gran dificultad de los vecinos para organizarse debido a conflictos intervecinales y a un ambiente de sospecha que con frecuencia matiza sus relaciones.<sup>31</sup> También hallamos desidia, así como genuinos problemas de disponibilidad de tiempo.<sup>32</sup> Pero todas las causas anteriores se suman para generar una actitud que favorece la intermediación. Además, como la oferta de intermediación no solamente ocurre durante el periodo de campañas electorales, sino que

es un quehacer usual de los partidos políticos con la finalidad de ganar clientelas, se fomenta dicha actitud ciudadana. Por ello, el carácter de las relaciones políticas entre ciudadanía y partidos es un obstáculo constante para la participación ciudadana, al consolidar la presencia de intermediarios políticos que desalientan la intervención directa de la ciudadanía en la solución de sus problemas y necesidades.

Muchas personas acuden a este servicio (de atención ciudadana en la delegación), pero en su mayoría son provenientes de los partidos políticos. Van a las casas de los ciudadanos y les toman sus gestiones pero cuando las llevan a la delegación es cuando hay varios problemas: el primero, que no traen las gestiones con todos los requisitos que se piden, y ello imposibilita que se les dé trámite o se acepte la denuncia; el segundo, que cuando le toman sus gestiones a la gente se tardan a veces hasta tres meses en traerlas a la delegación y la gente piensa, sin saber, que es culpa de la delegación, cuando el que no está cumpliendo es el diputado o el partido político; tercero, que le prometen a la ciudadanía resolver cosas que no se pueden resolver, que no están en sus manos ni tampoco son responsabilidad de la delegación. Esas situaciones podrían terminar o disminuir con el simple hecho de que la gente acudiera personalmente a levantar su denuncia o, en último caso, hacerlo por vía telefónica.<sup>33</sup>

Pero no solamente los partidos, en el estricto sentido del término, reproducen relaciones que desalientan la participación ciudadana y fortalecen el clientelismo. En el Distrito Federal se ha institucionalizado la intermediación y, por ende, el clientelismo de los legisladores locales al instaurarse los módulos de atención, orientación y quejas ciudadanas.<sup>34</sup>

Estos módulos, con el pretexto de atender las demandas ciudadanas que llegan a los diputados locales, se han convertido en un instrumento para establecer clientelas y realizar campañas políticas permanentes en el Distrito Federal,<sup>35</sup> todo ello con cargo al presupuesto legislativo. Su incidencia en la atención de

<sup>30</sup> Por ejemplo, para recibir pintura o impermeabilizante para darle mantenimiento a una unidad habitacional.

<sup>31</sup> Las frecuentes quejas a quien las quiera escuchar de desfalcos en la administración de las unidades habitacionales es una constante en los temas vecinales que no deja de llamar la atención. Desde nuestra perspectiva, muchas de esas quejas parecen infundadas y son más bien una expresión del deterioro de las relaciones vecinales causadas por las dificultades ciudadanas para manejar lo público y lo privado.

<sup>32</sup> Es difícil participar cuando se trabaja todo el día.

<sup>33</sup> Responsable de Centro de Servicios y Atención Ciudadana, 26 de junio de 2002.

<sup>34</sup> Estos módulos se derivan, en términos jurídicos, del artículo 13, fracción primera de la Ley Orgánica de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, donde se afirma que corresponde a la misma: “Atender las peticiones y quejas que formulen los habitantes del Distrito Federal, respecto del cumplimiento de las obligaciones que les señalan los ordenamientos jurídicos en materia administrativa, de obras y servicios a las dependencias, órganos desconcentrados y entidades”.

<sup>35</sup> Por esa razón, cuando preguntamos a un candidato a diputado federal si realizaría campañas, nos contestó: “Para qué, si en estos tres últimos años que he sido diputado local me he dedicado a hacer campaña”.

demandas es usualmente mínima. Del estudio realizado sobre los mismos se desprende que, en su mayoría, solamente enviaron peticiones a las oficinas de la delegación, pero no solucionaron las demandas ciudadanas. Por ello, sólo duplicaron las ventanillas delegacionales,<sup>36</sup> sin haber existido mayor eficacia en la atención a la ciudadanía (cf. Cortés, 2001). Lo cierto es que su presencia ha institucionalizado la mediación política.

### Identidad y participación ciudadana: a manera de conclusión

La participación ciudadana es coyuntural y selectiva, porque hay una conciencia de competencia cívica muy delimitada o que está marcada por lo que Giddens denomina el *sentimiento de pérdida de poder (powerlessness)* (Giddens, 1991: 201). Por esta razón, los procesos de identidad ciudadana se han desplazado del interés nacional a lo relacionado con la vivencia inmediata. Así, es frecuente encontrar en la Ciudad de México que muchas de las expresiones políticas ciudadanas se manifiestan en el ámbito de la colonia, el barrio o lo vecinal. Por esta razón las prácticas políticas y las demandas que les son consustantivas son *inmediatistas* y *pragmáticas*.

Reiteramos, la distancia entre ciudadanía y gobierno, combinada con la imposibilidad de acotar las acciones de los gobernantes y los efectos de la modernidad, se ha traducido en la búsqueda de relaciones políticas de carácter personal. También la videopolítica (Sartori, 1998: 63 y ss.) ha remplazado a las relaciones “cara

” y las ha transformado en relaciones mediáticas. En consecuencia, los vínculos entre ciudadanos y políticos se han convertido –al desgastarse los *rituales de confirmación*–<sup>37</sup> cada vez más en juegos de máscaras que los candidatos se colocan según las expectativas de los *públicos*, a los cuales *conocen* a través de encuestas y sondeos.<sup>38</sup> La *personalización de la política* suple el contacto directo con los ciudadanos y el carisma opera en detrimento de propuestas y programas políticos.<sup>39</sup> Pero, insistimos, ello no sería posible si, además de una democracia marcada por la distancia, no existieran nuevos fenómenos culturales, derivados de la modernidad (aun cuando, reitero, ésta sea de tercer mundo), que entran en resonancia entre sí. Por esta razón, es importante distinguir entre los problemas derivados de la democracia como sistema político, de los procesos culturales que se engarzan con ella.<sup>40</sup>

Desde nuestra perspectiva, una identidad ciudadana que valore la participación puede construirse si existen canales para ejercer la democracia (Habermas, 1998: 622) y si éstos muestran cierta eficacia. Pero los canales actuales se encuentran deteriorados o no se han construido, lo cual dificulta sustentar una relación de corresponsabilidad ciudadanía-gobierno que podría generar transformaciones en la identidad ciudadana y eliminar tanto las actitudes tapete o pateas puertas como las relaciones clientelares que las producen. Pero bajo las actuales circunstancias es muy difícil que pueda generarse un sentido de apropiación o pertenencia con relación a las instituciones del Estado; esto, como consecuencia, origina que el sentido de ciudadanía se esfume.

<sup>36</sup> Nos referimos a las unidades de atención ciudadana, creadas en las dieciséis delegaciones, con el propósito de prestar atención directa a la ciudadanía.

<sup>37</sup> Pensamos en el tiempo en que el PRI ganaba siempre las elecciones, lo que las convirtieron, en realidad, en rituales de confirmación. No obstante, éstos cumplían una función política y social importante para legitimar el sistema. “Desde una perspectiva occidental, tal vez las elecciones no tengan mucho sentido en los sistemas totalitarios, pero cumplen, sin embargo, importantes funciones legitimadoras: son ‘rituales de confirmación’ en una campaña continua contra la oposición ‘oculta’, contra los adversarios ilegítimos del régimen establecido” (Lipset y Rokkan, 1992: 234).

<sup>38</sup> Actualmente, la imagen del candidato se construye con base en encuestas sobre las expectativas ciudadanas (cf. Newman, 1994; y Friedenberg, 1997: 31-35).

<sup>39</sup> En este sentido Sartori sostiene: “Los efectos de la videopolítica tienen un amplio alcance. Uno de esos efectos es, seguramente, que la televisión *personaliza* a las elecciones. En las pantallas vemos personas y no programas de partido; y personas constreñidas a hablar a cuentagotas. En definitiva, la televisión nos propone personas (que algunas veces hablan) en lugar de discursos (sin personas)... Sea como fuere, cuando hablamos de personalización de las elecciones queremos decir que lo más importante son los ‘rostros’ (si son telegénicos, si llenan la pantalla o no) y que la personalización llega a generalizarse, desde el momento en que la política ‘en imágenes’ se fundamenta en la exhibición de personas. Lo que también quiere decir que la personalización de la política se despliega a todos los niveles, incluyendo a los líderes locales” (1998: 107-108).

<sup>40</sup> Al respecto, coincidimos con Lipovetsky cuando afirma: “El florecimiento de los nuevos *mass media*, la tele en particular, por importante que sea, no puede explicar fundamentalmente esa promoción de la personalidad, esa necesidad de confeccionarse semejante imagen de marca. La política personalizada corresponde a la emergencia de esos nuevos *valores* que son la cordialidad, las confidencias íntimas, la proximidad, la autenticidad, la personalidad, valores individualistas-democráticos por excelencia desplegados a gran escala para el consumo de las masas... si bien es cierto que existe un marketing político programado y cínico, también lo es decir que las estrellas políticas no hacen más que conectar con el hábitat posmoderno del *homo democraticus*, con una sociedad ya personalizada deseosa de contacto humano, refractaria al anonimato, a las lecciones pedagógicas abstractas, al lenguaje tópico de la política, a los roles distantes y convencionales” (1986: 25-26).

Las dificultades para construir la ciudadanía y promover la participación ciudadana son resultado de la forma en que se han estructurado las relaciones políticas, las cuales constantemente las obstaculizan y minimizan. Por esta razón, los esfuerzos por generar una moral de solidaridad y responsabilidad sociales entre la ciudadanía son, desgraciadamente, poco útiles. Como hemos dicho en las primeras páginas, la cultura ciudadana se construye en el espacio de las tensiones que los ciudadanos viven entre lo que se establece como lo formalmente instituido y lo que se vive como informalmente legitimado. En este marco, los ciudadanos objetivan la cultura con el propósito de negociar en la esfera política destacando sus derechos civiles, pero también su carácter de subordinados e indefensos. Esta cultura no es “inherente”, ni indefectiblemente “permanece”. Pero mientras no se originen las condiciones para que existan relaciones sustentadas en la confianza, la cercanía y la eficacia entre la ciudadanía y las instituciones del Estado, lo más probable es que los ciudadanos continúen respondiendo ante la distancia, la indiferencia y la falta de responsabilidad social del gobierno, buscando establecer relaciones clientelares o simplemente aceptando el autoritarismo todavía prevaleciente en las relaciones políticas.

## Bibliografía

- ADLER, JUDITH  
1994 “Mexican popular movements, clientelism and the process of democratization”, en *Latinamerican Perspectives*, núm. 81, vol. 21, abril.
- AHLUWALIA, PAL  
1999 “Citizenship, subjectivity and the crisis of modernity”, en *Social Identities*, vol. 5, núm. 3, Oxfordshire, pp. 313-329.
- ALMOND, GABRIEL A., Y SYDNEY VERBA  
1963 *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*, Princeton University Press, Nueva Jersey.
- ALONSO, JORGE  
1994 “Partidos y cultura política”, en Jorge Alonso, coord., *Cultura política y educación cívica*, Porrúa, México.
- BANTON, MICHAEL, ED.  
1972 *Political Systems and the Distribution of Power*, Tavistock Publications.
- BAUDRILLARD, JEAN  
1978 *A la sombra de las mayorías silenciosas*, Kairós, Barcelona.
- BOOTH, JOHN, Y MITCHELL SELIGSON  
1984 “The political culture of authoritarianism in México: a reexamination”, en *Latinamerican Research Review*, vol. XIX, núm. 1.
- BOURDIEU, PIERRE  
1987 “La ideología como representación”, en Gilberto Giménez, *La teoría y el análisis de la cultura*, Secretaría de Educación Pública/Consejo Mexicano de Ciencias Sociales (Comecsa)/Universidad de Guadalajara, México.
- CHIHU, AQUILES  
1998 “Nuevos desarrollos en torno al concepto de cultura política”, en *Polis*, vol. 2, México.
- CLARK, TERRY, Y RONALD INGLEHART  
1998 “The new political culture: changing dynamics of support for the welfare State and other policies in postindustrial societies”, en Terry N. Clark y Vincent Hoffman-Martinot, *The New Political Culture*, Westview Press, Colorado.
- COMAROFF, JOHN, Y JEAN COMAROFF  
1992 *Ethnography and the Historical Imagination*, Westview Press, Bouldon.
- CORNELIUS, WAYNE  
1984 *Politics in México: An Introduction and Overview*, Center for U.S.-Mexican Studies, University of California, San Diego.
- CORTÉS, MARCELINA  
2001 *La relación política de lo formal a lo informal: Los módulos de atención ciudadana*, tesis de licenciatura, Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)-Iztapalapa, México.
- DAGNINO, EVELINA  
1998 “Culture, citizenship and democracy”, en Sonia Álvarez et. al., *Cultures of Politics, Politics of Cultures*, Westview Press.
- FOUCAULT, MICHEL  
1982 “The subject and power”, en H. Dreyfus y P. Rabinow, *Michel Foucault: Beyond Structuralism and Hermeneutics*, Chicago Press, Chicago.
- FRIEDENBERG, ROBERT V.  
1997 *Communication Consultants in Political Campaigns*, Praeger Series in Political Communication, Westport.
- GIDDENS, ANTHONY  
1991 *Modernity and Self-Identity*, Stanford University Press, California.  
1994 *Consecuencias de la modernidad*, Alianza, Madrid.
- GÓMEZ-TAGLE, SILVIA  
2000 “Nuevas formaciones políticas en el Distrito Federal”, en Silvia Gómez-Tagle, coord., *La geografía del poder y las elecciones en México*, Instituto Federal Electoral (IFE)/Plaza y Valdés, México.
- HABERMAS, JÜRGEN  
1989 *Teoría de la acción comunicativa*, t. I, Taurus, Buenos Aires.  
1998 *Más allá del Estado nacional*, Trotta, Madrid.
- LAZZARI, AXEL  
1993 “Panoramas de la antropología política del clientelismo”, en *Cuadernos de Antropología Social*, núm. 7, Buenos Aires, pp. 9-33.
- LIPOVETSKY, GILLES  
1986 *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*, Anagrama, Barcelona.
- LIPSET, SEYMOUR MARTIN  
1993 *El hombre político: las bases sociales de la política*, Rei, México.
- LIPSET, SEYMOUR MARTIN, Y STEIN ROKKAN  
1992 “Estructuras de división, sistemas de partidos y alineamientos electorales”, en Albert Batle, ed., *Diez textos básicos de ciencia política*, Ariel, Barcelona.
- LOAEZA, SOLEDAD  
1989 *El llamado de las urnas*, Cal y Arena, México.
- LOMNITZ ADLER, LARISSA, Y ANA MELNICK  
2000 *Chile's Political Culture and Parties: An Anthropological Explanation*, University of Notre Dame, Indiana.

- MARSHALL, T. H., Y TOM BOTTOMORE  
1998 *Ciudadanía y clase social*, Alianza Editorial, Madrid [1950].
- MAUSS, MARCEL  
1979 "Ensayo sobre los dones", en Marcel Mauss, *Sociología y antropología*, Tecnos, Madrid.
- MCCANN, JAMES A.  
1997 "El electorado mexicano en el contexto de América del Norte. Una evaluación de los patrones de compromiso político", en Roderic Ai Camp, *Encuestas y democracia: opinión pública y apertura política en México*, Siglo XXI editores, México.
- MELUCCI, ALBERTO  
1998 "Third world or planetary conflicts?", en Sonia Álvarez *et al.*, *Cultures of Politics; Politics of Culture*, Westview Press.
- MOORE, BARRINGTON  
1973 *Los orígenes sociales de la dictadura y de la democracia: el señor y el campesino en la formación del mundo moderno*, Ediciones Península (Historia, Ciencia y Sociedad, núm. 95), Barcelona.
- NEWMAN, BRUCE I.  
1994 *The Marketing of the President: Political Marketing as Campaign Strategy*, Sage Publications, Londres.
- PESCHARD, JACQUELINE  
1995 *Cambio y continuidad en el comportamiento electoral del Distrito Federal, 1988-1994*, tesis de doctorado en ciencias sociales, El Colegio de Michoacán, México.
- RAMÍREZ MEDINA, VALERIANO  
1998 "Democracia y participación social", en *Estudios Políticos*, núm. 18, mayo-agosto, Instituto de Estudios Políticos de la Universidad de Antioquia, Medellín.
- REYES DEL CAMPILLO, JUAN, COORD.  
1994 *Partidos, elecciones y cultura política en México*, Universidad Autónoma del Estado de México/UAM/Comesco, México.
- SARTORI, GIOVANNI  
1997 *¿Qué es la democracia?*, Nueva Imagen, México.  
1998 *Homo videns: La sociedad teledirigida*, Taurus, Madrid.
- SEDA, EDUARDO  
1969 "La función de la cultura en los procesos políticos", en *Anuario Indigenista*, diciembre, Instituto Indigenista Interamericano, México.
- SIGNORELLI, AMALIA  
1996 "Antropología de la ventanilla. La atención en oficinas y la crisis de la relación público-privado", en *Alteridades*, año 6, núm. 11.
- TEJERA GAONA, HÉCTOR  
1998 "Encuentro de expectativas. Las campañas para diputados y la cultura política en el Distrito Federal", en *Nueva Antropología*, núm. 54, México.  
1999 "Voto duro y gestión: una evaluación de las estrategias proselitistas del Partido Revolucionario Institucional en las elecciones de 1997", en *Revista Mexicana de Sociología*, núm. 3, julio-septiembre.  
2000a "Partidos y ciudadanos: las elecciones de 1997 en el Distrito Federal", en *Ciudadanos y democracia*, Universidad Autónoma de Guadalajara, México.  
2000b "Estrategias de campaña, demandas ciudadanas y geografía electoral", en Silvia Gómez-Tagle, coord., *La geografía del poder y las elecciones en México*, IFE/Plaza y Valdés, México.  
2001 "Cultura y participación ciudadana", en *Ensayos*, Instituto Electoral del Distrito Federal, México.  
2002 "Imaginario ciudadano e imaginarios sobre lo ciudadano", en *Democracia y formación ciudadana*, Instituto Electoral del Distrito Federal (Colección Sinergia), México.  
2003a *No se olvide de nosotros cuando esté allá arriba: ciudadanos, cultura y campañas electorales en la Ciudad de México*, Porrúa/UAM/Universidad Iberoamericana, México.  
2003b "Vecinos, identidades locales y participación ciudadana en la Ciudad de México", en *Ensayos*, Instituto Electoral del Distrito Federal, México.
- TIFFANY, WALTER W.  
1979 "New directions in Political Anthropology: the use of corporate models for the analysis of political organizations", en S. Lee Seaton y Henri J. M. Claessen, *Political Anthropology: The State of the Art*, Mouton Publishers, Nueva York.
- WEBER, MAX  
1949 *The Methodology of the Social Sciences*, Free Press, Glencoe.
- WINOCUR, ROSALÍA, Y ANGELA GIGLIA  
2002 "Posibilidades y alcances de las técnicas antropológicas para el estudio de la cultura política", en Rosalía Winocur, coord., *Algunos enfoques metodológicos para estudiar la cultura política en México*, Porrúa/IFE/Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, México.