



Universidad Autónoma del Estado de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

**Comportamiento y Estrategias Electorales:
Municipio de Temascaltepec 2015, Estado de
México.**

Presenta: Jesús González Berra

Director: Dr. Ramiro Medrano González

Marzo de 2019

Dedico este trabajo a:

LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL ESTADO DE MEXICO.

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

Contenido

Introducción.....	6
Capítulo 1. Estado del arte.....	11
Capítulo 2. Marco teórico.....	22
2.1. Teoría de la elección racional.....	23
2.2. El modelo de Michigan o de la identificación partidista.....	25
2.3. Clientelismo político.....	27
2.4 La cultura política.....	33
2.4.1 Comportamiento electoral.....	35
2.4.2 El enfoque sociológico.....	39
2.4.3 Posición social y voto.....	41
2.4.5 El enfoque psicológico.....	43
2.4.6 El enfoque racional.....	44
2.4.7 El modelo de los clivajes.....	47
2.4.8 Conclusión del capítulo.....	51
Capitulo 3: Presentación del caso.....	53
3.1. Características del municipio de Temascaltepec, Estado de México ...	53
3.2. Localización.....	53
3.3. Población e Integración Territorial.....	56
3.4. Indicadores Sociales y Económicos.....	57
3.5. Padrón Electoral y Lista nominal.....	57
3.6. Resultados electorales 2000- 2015.....	59
Capítulo 4: Resultados de la investigación de campo.....	63
4.1. Enfoque sociológico.....	64

4.1.2. Escolaridad.....	66
4.1.3. Etapas de vida.....	69
4.2. Modelo de Michigan (Teoría psicológica).....	72
4.3. Clientelismo.....	75
5.0. Conclusiones.....	83
6.0. Cuestionario aplicado.....	85
7.0. Bibliografía.....	89

Introducción

La presente tesis tiene por objeto principal desarrollar una investigación descriptiva del comportamiento político y estrategias electorales en el municipio de Temascaltepec en el caso específico de la elección de Ayuntamiento de 2015.

Revisando la literatura especializada, asumimos que el comportamiento electoral no se puede entender únicamente desde una visión, sino que hay que tomar cada cariz que lo compone y abordarlo de manera específica para que, a través de este análisis se pueda aportar, desde la experiencia académica la información y explicación de la conducta electoral. En la actualidad el estudio del comportamiento electoral se realiza, por lo menos, desde tres grandes escuelas, cada una integra con diversos postulados que buscan justificar el porqué del comportamiento electoral de los ciudadanos. Las tres corrientes están recuperadas de manera específica en el marco teórico, y posteriormente se buscó la relación de sus postulados con los resultados hallados a través del trabajo de campo realizado a través de encuestas.

La primera escuela es la sociológica, que, a grandes rasgos, señala que son las características socioeconómicas del ciudadano y su entorno lo que determina cómo se ha de comportar electoralmente, algunas de estas variables son la edad, el género, los ingresos, la escolaridad, la ocupación. Estas influyen en la decisión de acudir a votar y en qué sentido irá su preferencia.

En segundo lugar se encuentra la escuela psicológica que señala que son factores como la identificación con un partido, el rechazo hacia otro, los valores, la cultura cívica, etc., lo que determina el comportamiento político y electoral del individuo.

El tercer enfoque corresponde a la elección racional, que menciona que las decisiones del individuo en materia política y electoral están en función de una evaluación personal de los costos y los beneficios que cada acción trae consigo.

A través del análisis de los tres enfoques, como punto de partida, se consideró que todas postulaban ciertas proposiciones útiles para dar explicación a ciertos aspectos del comportamiento del elector Temascaltepequense, por lo que a lo largo de esta tesis se recurre a dichos postulados a consideración de identificar la de más utilidad. Además la integración de las tres escuelas enriquece los objetivos del trabajo, puesto que se utilizan aquellos supuestos que mejor nos permiten explicar o validar las hipótesis planteadas.

El enfoque sociológico es útil porque existe la idea de catalogar por estratos sociales a las personas que votan por determinados partidos, por lo que su aplicación nos permitió definir si en el caso de estudio se cumple esta hipótesis o se desecha. Respecto a la escuela de Michigan o enfoque psicológico resulta útil para el caso de Temascaltepec porque se trata de uno de los seis municipios sin alternancia lo que puede generar la creencia que es un municipio con una fuerte identificación partidista concentrada en un partido, lo que no ha permitido que se cambie de partido en el gobierno.

En el caso de la teoría de la elección racional se justifica su aplicación cuando se aborda el tema del clientelismo, pues este tema tan trivial se ha abordado desde diversas perspectivas, siendo esta la más cercana a la realidad para explicar el fenómeno.

De esta manera, mi pregunta de investigación es la siguiente: ¿Cuáles son las variables más significativas que explican el comportamiento electoral en la elección de Ayuntamiento de Temascaltepec en 2015? Nuestra respuesta provisional (hipótesis) es que efectivamente las variables sociodemográficas siguen siendo relevantes para explicar la conducta electoral de los ciudadanos en el municipio de Temascaltepec, particularmente en una elección no concurrente con la elección presidencial. Congruente con esos referentes mi objetivo de investigación es analizar el comportamiento electoral en la elección de Ayuntamiento mediante la revisión de variables sociodemográficas, de identificación partidista y de cálculos racionales para dar cuenta cuáles de ellas son relevantes en un municipio rural como Temascaltepec, Estado de México.

El trabajo desarrollado aborda de manera general el comportamiento electoral de municipio de Temascaltepec, sin embargo, también ahonda en el tema particular del clientelismo como una práctica común de la política latinoamericana. El municipio objeto tenía una particularidad ya que en 2015 era uno de los cinco municipios en el Estado de México sin alternancia, esto es era un municipio con hegemonía priista, es decir, que nunca había sido gobernado por otro partido, lo cual le da aún más relevancia política y académica, pues mientras 120 ayuntamientos ya han sido gobernados por más de un partido, los restantes se mantienen alejados de la alternancia, por lo que los vuelve un caso importante de análisis.

En el Estado de México está claro que el elector tiene un comportamiento electoral diferenciado entre elecciones municipales intermedias y elecciones concurrentes, la participación incremental y el voto de arrastre del contexto nacional es significativo en el contexto municipal, asimismo, cuando se trata de la elección de gobernador, el comportamiento es diferenciado a lo que se presenta en procesos intermedios, pues se trata de elecciones en las que los votos se aglutinan en dos o tres bloques de partidos o coaliciones competitivos. Bajo estos supuestos se tomó la decisión de estudiar específicamente una elección intermedia, en la que se pueda analizar el comportamiento municipal sin una mayor interferencia del contexto nacional.

Respecto al método de investigación, se recurrió a dos tipos de análisis, el de datos desagregados a través de la revisión de los resultados electorales disponibles, y el de datos obtenidos a través de encuestas, las cuales fueron un complemento eficiente para indagar en las motivaciones del ciudadano para participar en las elecciones, para entender el sentido de su voto y en su caso, justificar las prácticas clientelares en el municipio.

El documento se encuentra estructurado en cuatro capítulos, cada uno con un claro objetivo que cumplir para la clarificación del tema y que permitan llegar a conclusiones significativas para el tema de estudio. En el capítulo primero se encuentra el estado del arte, el segundo capítulo nos refiere al marco teórico, el tercer capítulo al objeto de estudio y el cuarto corresponde a la presentación de los resultados de la investigación de campo.

El primer capítulo, denominado estado del arte, es una recopilación de bibliografía especializada que se ha ocupado del estudio del comportamiento electoral a lo largo de los últimos cincuenta años, además del recorrido histórico del tema, también se aborda desde un enfoque deductivo, partiendo de estudios generales hasta llegar a casos muy específicos.

Mientras que, en el capítulo segundo, marco teórico se conjuntan una serie de postulados teóricos que serán el sustento para las hipótesis planteadas en el caso, definiendo a través de diversos autores especialistas de la ciencia política conceptos como comportamiento electoral, clientelismo, las diversas escuelas del comportamiento, entre otros.

Por lo que hace al capítulo tercero, en este se hace una descripción de Temascaltepec, tanto en aspectos geográficos y sociales como políticos que es la parte de mayor relevancia para este trabajo. Para ello, se hace el análisis del comportamiento electoral de manera global en el municipio, quiénes lo han gobernado, quién es la segunda fuerza, con qué margen de victoria se ha ganado, los niveles de participación que se han presentado, etc., todo ello para tener un marco de referencia que permita conocer los grandes rasgos que delinean el comportamiento electoral Temascaltepequense, en el cual se profundizará en el capítulo posterior.

En el capítulo cuarto se hace el análisis de los resultados de la encuesta levantada en el municipio, esto se analiza a través de las diferentes teorías que fueron descritas en el apartado correspondiente al marco teórico y que permiten justificar plenamente los resultados mostrados. Ejemplo de lo que se encuentra en este capítulo son cruces significativos entre las características socioeconómicas de la población: género, edad, escolaridad, ocupación y cuestiones relacionadas al sentido de su voto, motivaciones para votar, participación, entre otras.

También se hace la integración de los postulados de la escuela psicológica del comportamiento electoral en la que se analizan variables como la identificación partidista y el voto retrospectivo en elecciones municipales. Por último, en el siguiente apartado se integra una sección dedicada al tema de mayor interés para este trabajo, el clientelismo, para ello se indagó si las personas encuestadas han sido parte de redes clientelares, de qué grupos y como perciben estas acciones.

Al hacer la revisión de la literatura, y de los resultados obtenidos de las encuestas de opinión a los habitantes del municipio, podremos verificar cuál de estas teorías tiene vigencia para el municipio, así como determinar algunas de las principales razones por las que el votante de Temascaltepec decide o no ejercer su derecho al voto.

Esta investigación permite contribuir en la realización de un perfil del votante que habita en el municipio, así como algunos otros que cuenten con las características similares, lo que permitiría a las opciones políticas tener una idea más clara de cómo ofertar sus programas políticos en la competencia electoral.

Finalmente, se espera que este trabajo, tanto su apartado teórico como práctico sea de utilidad para validar la vigencia de los postulados de las tres grandes escuelas del comportamiento electoral en el municipio, así como para determinar cuáles son las razones que motivan al ciudadano a participar y la manera en que ejerce su derecho al voto.

Capítulo 1. Estado del arte

En materia de comportamiento electoral a partir de la década de los cincuenta comenzó su estudio en Estados Unidos. En México, Uno de los autores recurrentes cuando se habla de comportamiento electoral, especialmente cuando este tiene que ver con encuestas es Alejandro Moreno, quien en su libro “El Comportamiento Electoral Mexicano en las Elecciones de 2012” donde se abordaron teorías sociológicas del voto y de la modernización emergen las hipótesis siguientes, ordenadas en cuatro grupos: características demográficas, características religiosas, identidades regionales e intenciones de voto previas.

Con esto identifique las preguntas de investigación que el autor plantea y son: ¿Qué razonamientos emplearon los electores para definir su voto? ¿Qué factores pesaron en el apoyo electoral a una u otra opción política? ¿Qué lecciones nos deja esta elección para entender de una manera más cabal los patrones de votación y las coaliciones electorales en México?

Pero plantea las perspectivas de análisis que realizan el propósito de las encuestas y de los estudios nacionales electorales, los cuales permiten plantear explicaciones del comportamiento del electorado y del resultado de la contienda electoral y también dentro de la metodología que utiliza hace un análisis comparativo, aunque implican una revisión histórica previa, y el uso de un mismo cuestionario que se ha aplicado en dos elecciones presidenciales.

La encuesta *Comparative National Elections Project* (CNEP) se realizó en México en dos ocasiones: la primera, bajo el contexto de las elecciones presidenciales de 2006, siguiendo un formato de encuesta tipo panel con entrevistas previas y posteriores a la elección, y la segunda, como una encuesta poselectoral realizada inmediatamente después de los comicios presidenciales de 2012.

Se realizaron entrevistas personalmente, cara a cara, en la vivienda de los entrevistados, del 14 al 22 de julio, a una muestra de 1,600 adultos con credencial para votar vigente.

El uso de un mismo cuestionario que se ha aplicado en dos elecciones presidenciales, permite un mejor entendimiento de la evolución de la conducta electoral en México durante un periodo crucial para la democracia en el país. Los datos fueron presentados en graficas con porcentaje. El modelo del embudo de la causalidad es un arreglo de factores secuenciales que incluyen variables estructurales, predisposiciones políticas e influencias de corto plazo en el voto. Y con el análisis estadístico ofrece una explicación clara y concisa acerca de cómo los mexicanos deciden su voto presidencial, cómo se informan durante las campañas y cuál es la naturaleza de las principales coaliciones electorales.

En el artículo “Aplicación de la teoría de la decisión en el ámbito político-electoral”. Murilo Kuschick Ramos; se pregunta que puede ser lo que motive a los miembros de una sociedad en los periódicos procesos electorales que suceden en la democracia moderna. El objeto del artículo es discutir a partir de la teoría del comportamiento electoral, la cual originalmente fue creada y empleada para explicar la conducta de los electores estadounidenses, su posible aplicación para el caso mexicano; pues por mucho tiempo los electores en México parecían comportarse de una forma excepcional, ya que elección tras elección un partido resultaba victorioso. Después de analizar algunas respuestas que se han dado al caso mexicano examino, con base en el resultado de algunas encuestas, cómo se explica la conducta del elector mexicano.

El autor plantea que la decisión de voto, como todas las decisiones entre los sujetos, se encuentra determinada por la cantidad de opciones, a mayor cantidad de opciones. En este sentido de ideas, los mexicanos no pueden ser distintos de otro tipo de electores al momento de decidir la dirección y el sentido de su voto, lo que se plantea es que los electores en el pasado no sólo no tenían muchas opciones además del PRI, incluso existía la percepción de que el PRI ganaría las elecciones, después de las reformas electorales que comienzan en 1977, y con el surgimiento de una autoridad electoral independiente, como es el caso del IFE, que posibilitan una mayor competencia, equidad y la opción de la alternancia política aunada a las crisis económicas que los electores se proponen a votar por otras opciones políticas.

En la teoría que se basó el autor fue la de la acción, decisión y su influencia en el voto. Se utilizaron las estadísticas de los resultados electorales de candidatos presidenciales en México de 1994, 2000 y 2006. También realizó un análisis de forma porcentual del voto y una retrospectiva respecto a las anteriores, los datos son presentados en tablas porcentuales de elecciones presidenciales en México 1970-2006 y la cantidad de votos. También se presentan graficas de encuestas del Periódico reforma del año 2000 de tipo poligonal con resultados en porcentaje. Se hace un análisis de las gráficas de la intención del voto, aprobación del gobierno y simpatía política para explicar la toma de decisión del elector.

Con esto nos damos cuenta que no siempre la valoración positiva de la actuación de un gobierno es suficiente para los electores en las expectativas de los electores la imagen del candidato de la oposición fue más fuerte que su valoración respecto a la actuación del gobierno, se puede establecer que los ingredientes fundamentales de la decisión de voto no es únicamente racional (instrumental, estratégica) basada en un esquema costo/beneficio. Muy por el contrario, los electores toman en cuenta para su decisión la simpatía política partidaria, la imagen que tienen de los candidatos y de los partidos políticos, sus niveles de prestigio y desprestigio frente a la opinión pública.

¿Qué mueve a los votantes? Un análisis de las razones y sinrazones del comportamiento político del comportamiento político del elector, un ensayo presentado por Andrés Valdez Zepeda y Delia Amparo Huerta Franco cuyo trabajo comienza con una descripción de las principales teorías que explican el comportamiento político y las diversas motivaciones de los votantes. La segunda parte, se construye una tipología del elector, de acuerdo a la forma como tradicionalmente participa en los procesos electorales. En tercer apartado, se analizan las razones y sinrazones del ciudadano sobre su conducta y comportamiento político en un contexto electoral, describiendo una tipología del voto, así como los lineamientos estratégicos que generalmente se utilizan para movilizar este tipo de votantes. Finalmente, se elaboran algunas conclusiones

donde se enfatiza sobre el carácter multifactorial que incide en el comportamiento del votante y explica su conducta electoral bajo sistemas de impronta democrática.

De acuerdo con este planteamiento teórico es el hábito de votación y los aspectos culturales que se van construyendo a través del tiempo, lo que realmente incide y determina la conducta y comportamiento político de los votantes.

La metodología que el autor utiliza está basada en una revisión teórica sobre las motivaciones de los votantes en primer lugar, en una segunda fase se construye una política de acuerdo a su forma tradicional de votar y en tercer lugar se llega a una conclusión sobre el comportamiento del votante bajo un sistema democrático no consolidado. Con esto me di cuenta que el conocer con precisión y profundidad qué es lo que mueve a los electores, cuáles son los factores que inciden en su comportamiento político y qué motiva u ocasiona la orientación de su voto, se convierte en una ventaja competitiva muy importante para poder conservar o ganar las posiciones de poder político.

Uno de los referentes recientes ha sido estudiarlo asociándolo con las prácticas clientelares; su análisis se ha ido ampliando y profundizando hasta abordar cuestiones mucho más específicas del clientelismo, además de que se ha enriquecido con el análisis de otras disciplinas como la sociología, la economía, la psicología, entre otras. Algunos autores han recurrido a encuestas como método para obtener información, otros prefieren las entrevistas a profundidad a población abierta o movilizadores electorales para complementar su análisis. A continuación se realizará la descripción de algunos de los trabajos que se ubican en la misma línea temática que desarrolla esta tesis. Para ello se ha hecho una investigación exhaustiva de cómo se ha estudiado el clientelismo político en diferentes latitudes, encontrando que es una práctica muy común en América Latina y que por ende, ha generado mucha bibliografía al respecto.

En el artículo elementos conceptuales del clientelismo político y sus repercusiones en la democracia de Anselmo Acuña, nos damos cuenta de los efectos del clientelismo dentro de la democracia, sobretodo en su impacto en las reglas de convivencia social y política esto desde sus facetas conceptuales, los debates características y las formas que operan en esta práctica mercantil que nos dice es una experiencia informal dentro de la democracia debido a que erosiona postulados básicos dentro de la convivencia democrática. Con esto la cuestión representativa delega el poder de decisión en personas quienes son electas, y para ello, se establecen una serie de mecanismos legales y se entrama toda una red para elegir a las personas encargadas de tomar los puestos de decisión pública. Con el clientelismo funcionando como un modelo generador de expectativas, los criterios para elegir en una democracia representativa son limitados al valor del ofrecimiento o promesa que pueda hacer el candidato... es decir, se genera una respuesta inducida por el valor de acceder a un bien determinado. Así, la oferta se convierte en mero "chantaje", sin garantías y a coste de perjudicar la calidad de la democracia.

Un estudio interesante en cuanto al método desarrollado es el que elabora Richard Banégas titulado "Clientelismo electoral y subjetivación política en África. Reflexiones a partir del caso de Benín. El autor logra un análisis de lo que llama la mercantilización del voto que trajo como consecuencia la democratización del país y por ende, la multiplicación de partidos políticos. Para su estudio recurre a una metodología cualitativa a través de entrevistas, donde encuentra el valor que a través de los procesos democráticos los ciudadanos han dado al sufragio, no solo como derecho, sino como un deber cívico al que le confieren un valor singular. Sin embargo, no por ello el clientelismo se erradicó, sino que se institucionalizó bajo el esquema democrático, en el que el votante accedía a jugar con los candidatos para obtener la mayor ventaja posible, pero finalmente se sentían con la libertad de elegir a la opción de su preferencia. De hecho, según relata el autor, llegó un punto en el que se formaron comités locales que se encargaban de gestionar recursos comunes a cambio de votos, sin embargo, el esquema que se mantuvo fue obtener la ventaja individual.

Finalmente, Richard concluye que la monetización del voto tiene su origen en el proceso democratizador que vivió su país donde el sufragio adquirió un valor real, tanto subjetivo como objetivo y además, su otra hipótesis demostrada es la materialización de la cultura.

El artículo La reciprocidad y la Paradoja del Votante de Jorge Andrés Gallegos, aborda el papel del clientelismo en el proceso electoral de 2006 en Colombia en el que resultó elector Álvaro Uribe. A partir de su análisis el autor describe qué motiva a los individuos a premiar la cooperación con cooperación y a castigar la falta de cooperación aun con costos personales, explica en parte por qué la gente vota. A veces vota para premiar las buenas actuaciones de ciertos candidatos o partidos políticos. El voto es un gesto de agradecimiento. Y, a veces, para castigar el mal gobierno o los malos actos, apoyando candidatos de la oposición. Todo depende de que una persona, con su voto, logre inclinar la balanza en favor de sus intereses; entonces ¿Por qué un elector uribista se toma el trabajo de acudir a las urnas si es casi seguro que su candidato ganará con o sin su voto? ¿Para qué vota un gavirista si todo indica que su candidato perderá?

El autor plantea su teoría en cuatro secciones. La primera expone la teoría de las preferencias sociales y un modelo de reciprocidad. La segunda presenta un modelo de votación con preferencias sociales recíprocas. Muestra que las personas que sienten reciprocidad hacia un candidato pueden estar más motivadas para votar. La tercera aborda el problema desde una perspectiva evolutiva, analizando, mediante la dinámica del replicador, la evolución del porcentaje de votantes y abstencionistas. Por último se presentan las conclusiones. La información es presentada por varios teoremas y casos de probabilidad, con esto sugieren que los votantes ya no son prisioneros de variables sociodemográficas, sino que sus decisiones de voto obedecen a su percepción de los candidatos. En un entorno en el que la percepción de los candidatos explica por qué y por quién se vota, sentimientos morales como la reciprocidad fuerte adquieren mayor importancia.

Una de las teorías complementarias de este análisis es el trabajo de Anthony Downs que señala cual es la regla general realista del comportamiento general del gobierno. Los economistas han formulado reglas que indican de cómo deberían tomar decisiones el gobierno. Y que en una democracia de partidos políticos formulan una política para obtener votos es decir que el gobierno es un empresario que vende política a cambio de votos. La teoría en la que fundamenta el autor es un enfoque positivo y después presenta un modelo de toma de decisiones gubernamentales con base en modelos económicos. Se utilizan axiomas y definiciones y presenta en algunas graficas en distribución de curva normal con esto supone que en los sistemas multipartidistas los votantes se enfrentan a una gama de posibilidades de elección que los votantes de sistemas bipartidistas. Y que cada elección está ligada a alguna posición ideológica. Este intento de demostrar que los economistas pueden analizar la toma de decisiones gubernamentales, la fuerza económica y la política.

En un ámbito de gobiernos locales está el trabajo de Zapata Osorno, titulado "Clientelismo político. Un concepto difuso pero útil para el análisis de la política local". En el que refiere que el clientelismo influye y que tanto dentro de la política local, para el autor el clientelismo político es difuso, es una herramienta conceptual y metodológica útil para el análisis sobre política local. Tradicionalmente, la Ciencia Política ha producido trabajos basados en perspectivas teóricas y empíricas que han ayudado a comprender el fenómeno como un mecanismo de intermediación que se desarrolla a través de "redes clientelares", en las que se generan dinámicas y estrategias de trabajo para establecer relaciones con el entorno o con la ciudadanía en general. En estas relaciones se visualiza su mecanismo principal: el intercambio de recursos. La claridad sobre dichos aspectos facilita entender la forma como se ha ejercido la política en Colombia y la lógica que hoy predomina en su sistema político respecto a la competencia por el poder en escenarios locales. El estudio se realiza mediante la metodología cualitativa y su estrategia de revisión documental, lo que permite realizar una comparación conceptual permanente.

Nos damos cuenta que a pesar de que el concepto de clientelismo político es difusa, es una buena herramienta conceptual y metodológica para el análisis de política local. En la tradición, la Ciencia Política ha producido algunas obras de miradas teóricas y empíricas, que han ayudado a entender el fenómeno, como un mecanismo de intermediación que se desarrolla a través de "redes de clientelismo", donde en su interior, se generan estrategias dinámicas y de trabajo para construir relaciones con el medio ambiente o los ciudadanos en general. Esta revisión permite entender el clientelismo político como un mecanismo de intermediación que se desarrolla a través de redes clientelares. Hablar de clientelismo y de red de intermediación obliga a referirse a su estructura, a su conformación, a sus dinámicas y estrategias de trabajo internas y con su entorno, en cuyas relaciones se visualiza su mecanismo principal, el intercambio de recursos. Esto facilita entender la forma como se ha ejercido la política en Colombia y la lógica que hoy predomina en el sistema político colombiano, respecto a la competencia por el poder en escenarios electorales locales.

Cuando se habla de las características del clientelismo es notorio que casi todas las lealtades permanecen, porque el clientelismo como sistema no se limita al momento electoral. Las relaciones de la red con el entorno se centran en intercambios de bienes materiales e inmateriales. Para los bienes materiales se llevan a cabo estrategias de movilización durante campañas electorales con el fin de ganar electores. Lo común es vender la imagen del candidato y el propósito general es establecer contacto con la ciudadanía acudiendo al clientelismo electoral como práctica.

En las redes clientelistas en márgenes del Estado de Marisol Tarapues nos encontramos con diferentes puntos de vista y con un debate empírico y teórico sobre el clientelismo como característica de la debilidad del Estado en América Latina y en Colombia, todo basado en un estudio de referentes empírico-teórico: respecto a los estudios empíricos, se destaca el hecho de que a pesar del proceso de democratización en los países latinoamericanos, el clientelismo sigue siendo una figura predominante en los contextos políticos.

Sobre todo, en el caso colombiano, donde la descentralización política y fiscal permitió que surgiera un nuevo tipo de intermediación política sustentada en la economía de Estado. Al igual que la acción social y la acción política, el clientelismo no es un fenómeno homogéneo ni limitado, sino un fenómeno social que produce y requiere de redes para su configuración. Siguiendo este lineamiento no es erróneo hablar de “redes clientelistas”, entendidas como una forma de sociabilidad en las que se involucran tres actores: patrón (político), mediador (grupos bisagra o de articulación) y cliente (ciudadanos o grupos organizados).

El término “clientelismo” es objeto de debates y ha recibido múltiples definiciones en los últimos años. Algunos investigadores lo utilizaron para describir cierto tipo de relaciones que ocurren en el seno de sistemas políticos específicos; otros lo usaron para dar cuenta de los vínculos de dependencia entre el personal político y su electorado en sociedades muy distintas; otra postura conduce a descartar el término para enfatizar que el “intercambio en política” es un rasgo esencial de todos los sistemas políticos y no está necesariamente asociado a relaciones de tipo vertical entre patrones y clientes.

La noción de clientelismo tiene ya una larga vida en la investigación y el campo político. Así es como ha llegado a extender entre el público y los académicos ciertas ideas erróneas, aunque de común aceptación. a) En primer lugar, la noción de clientelismo ha sido íntimamente asociada en muchos países con la denuncia política. Es muy difícil que un investigador se presente ante sus entrevistados diciendo que está trabajando el tema de clientelismo. En México el propio término ha servido en la lucha en contra del Partido Revolucionario Institucional. Algo muy importante que menciona el autor es que las relaciones clientelares se dan debido a la tradición de cada individuo que son heredadas y que por otra parte está asociado a la idea de una estricta jerarquía entre el patrón y el cliente.

En Clientelismo Político y Políticas Sociales Gabriela Rodríguez analiza una de las formas de cómo operan los mecanismos clientelares en la actualidad a través de las políticas sociales, con la perspectiva de ilustrar a partir de un análisis de caso, cuáles son las transformaciones fundamentales que pueden registrarse en las relaciones de patronazgo tradicional respecto del clientelismo político moderno. La perspectiva socio histórica adoptada, nos obliga también a hacer una breve recorrida por las transformaciones en las relaciones clientelares desde las formas de patronazgo tradicional típicas y claro los mecanismos clientelares a través de las políticas sociales, con la perspectiva de ilustrar a partir de un análisis de caso, cuáles son las transformaciones fundamentales que pueden registrarse en las relaciones de patronazgo tradicional respecto del clientelismo político moderno.

Desde la perspectiva de las políticas públicas y, más precisamente de las políticas sociales; en estos contextos resultan fácilmente “confundidas” la lógica burocrática y la lógica clientelar; alterándose el sentido y los objetivos de las mismas, y haciéndolas pasibles de mediaciones, resultando virtualmente privatizadas. Entendiendo por privatizada, en este caso la alteración del sentido universal con el cual han sido concebidas hacia fines personalistas y privados (interés privado, electoral de un partido o línea interna) y sujetas a algún tipo de intercambio. Sin embargo, esta interpretación debe complementarse con el análisis que hacen los actores de la relación, y en este sentido, se observa que desde ambas partes de la diada, y para decirlo en términos sintéticos, se trata de una forma de resolución de problemas/satisfacción de necesidades de un lado y del otro e entender la política partidaria y la política local.

Como conclusión dentro de la lectura varios autores sostienen que la desaparición del clientelismo debe asociarse a la pérdida de control por parte de los patrones de los recursos que dominan (crisis fiscales, achicamiento del estado, control del gasto público, Estados socialmente desertores) o a la falta de cumplimiento de su compromiso, o bien al descenso de la demanda.

Sin embargo, en muchas de estas situaciones, especialmente las relacionadas con dificultades en la posición del patrón se sigue una serie de cambios en los modos de operación y funcionamiento de la estructura clientelar, de muy largo plazo quizás, pero que muy difícilmente termine con la desaparición de los vínculos clientelares.

Por último, en 2013 Luis Carlos Ugalde y Gustavo Rivera Loret de Mola aportan un artículo denominado “Clientelismo electoral y la compra del voto en México” para el estudio “Fortalezas y Debilidades del Sistema Electoral Mexicano (2000-2012). Ideas para una nueva reforma electoral”; en él afirman que el objetivo de las prácticas clientelares es tener la lealtad política de la ciudadanía a través de la entrega de cualquier beneficio material o gestión. En el documento los autores explican cómo es que funciona el clientelismo en México, a través de una estructura piramidal en las colonias, donde los movilizados, principalmente son los encargados de gestionar recursos para sus vecinos, esto es la parte más baja de la pirámide, y este grupo no necesariamente se ve remunerada en ese momento con los recursos gestionados, sino que espera obtener un beneficio mayor una vez que se ha logrado ganar la elección, además del reconocimiento y prestigio social que su participación le puede otorgar. Por el contrario, en la cúspide de la pirámide se encuentran quienes disponen de los recursos, ya sean los funcionarios públicos en el gobierno federal, estatal o municipal según sea el caso, o la estructura del partido. A través de diversas entrevistas Ugalde y Rivera lograron obtener la información de esta estructura piramidal que mencionan, en la que además de los movilizados vecinales recurren a una especie de *mercenarios* que son contratados exclusivamente para hacerse cargo de la movilización en campaña y la compra de votos el día de la jornada. Por último, los autores cuestionan la eficacia de las prácticas clientelares, pues a la fecha no se tiene certeza de la cantidad de votos que se pueden obtener mediante esta práctica de condicionamiento, además de que vulnera los principios de equidad en la contienda, y le resta condiciones de libertad y autenticidad a las elecciones.

Capítulo 2. Marcos teóricos del comportamiento electoral

El presente capítulo contiene un análisis de los enfoques teóricos que son la base fundamental para definir el fenómeno del comportamiento electoral, factores que al mismo tiempo influyen en el ciudadano mediante el proceso de socialización y que va orientando al individuo en la formación de las preferencias políticas y por consecuencia en la formación del voto.

El comportamiento electoral es un fenómeno que ha despertado mucho interés en la Ciencia Política en las últimas décadas (a partir de 1940), en los cuales autores como Anduiza y Bosch (2004).

El objetivo esencial es identificar las variables más significativas que influyen en el análisis del comportamiento electoral y que el lector tenga un acercamiento más detallado de este fenómeno.

En primer lugar abordaremos a la elección racional un modelo de la teoría económica de la democracia en la que la democracia es vista como un mercado, en el cual el ciudadano lo que pretende es maximizar sus recursos y tener las menores pérdidas.

Por otra parte el modelo de Michigan o de la identificación partidista tiene dos elementos esenciales el primero hace referencia a que todos los ciudadanos se identifican con un partido político y que en segundo lugar se vota por el partido político con el que se identifica.

El clientelismo político que es un elemento que se encuentra inmerso en el Comportamiento Electoral refiere a que los ciudadanos otorgan su voto a cambio de un beneficio a largo o corto plazo, en las que además existe un incentivo de por medio ya sea económico o material.

Por último un elemento que aún sigue teniendo vigencia es el de la cultura política que se determina por la cantidad de elementos sociales que ha experimentado el

ciudadano como tradiciones, valores y costumbres los cuales forman parte de él y que determina un determinado comportamiento específicamente en elecciones.

Sin duda un solo enfoque es insuficiente para determinar las causas de un fenómeno complejo como lo es el Comportamiento político y electoral y que es necesario analizar elementos, políticos, económicos, sociales, culturales, históricos y geográficos para determinar la causa mayoritaria de este fenómeno.

2.1. Teoría de la elección racional

Entre estas teorías ha destacado La Teoría de la Elección Racional: para la que su unidad de análisis son las acciones humanas "no es éste o aquél individuo particular, ni la categoría abstracta el individuo", sino acciones humanas particulares (individuadas)" (Abitbol Pablo, 2006)

Dichas acciones humanas particulares se pueden describir como decisiones que comparten dos propiedades generales: intencionalidad y racionalidad; La primera entendiéndose como que "una acción intencional es una acción causada por razones y las razones conllevan deseos y creencias". (Davidson, 1963)...“los deseos son valoraciones de los resultados de las acciones, las creencias son estimaciones de la probabilidad de que una acción conduzca a un resultado y las interpretaciones son valoraciones de las acciones consideradas independientemente de los resultados.” (Schick, 1997)

La segunda, la acción racional es una acción llevada a cabo, pero cuidadosamente elegida por un agente que cree que así puede lograr lo que desea. Así, un proceso de decisión puede ser descrito como el proceso mediante el cual un agente maximiza su utilidad esperada.

No obstante, sabemos que la acción realiza el deseo, pero no en qué medida afianza o debilita la creencia, pues en este punto la relación con el estudio del poder es importante, debido a que tener poder implicar influir sobre las razones que causan las acciones de los individuos, influencia que puede darse al nivel de la construcción de los deseos por medio de inducción; es decir, “un agente ejerce su

poder sobre otro al inducirlo a que desee un resultado particular. Igualmente, un actor puede convencer, con argumentos o amenazas, a otro de que modifique sus creencias sobre cómo un curso de acción conduce a un resultado particular.

Por último, la influencia puede darse al nivel de la interpretación al persuadir al agente de que se identifique con una acción particular”. (Abitbol, Pablo, 2005)

Luego entonces, Elster en 1985 expresa que “las creencias con base en las cuales se actúa no son necesariamente racionales; pueden ser creencias irracionales y, por lo tanto, pueden ser parte de razones que conducen al agente a actuar irracionalmente” por lo que la Teoría de la elección racional actual reconoce que la racionalidad del ser humano es limitada, o acotada: “la capacidad para obtener y procesar información, así como la capacidad computacional de los agentes, no son perfectas. En este sentido, se habla de satisfacción”. (Simón, 1986)

Por lo que cada acción particular tiene su propia racionalidad, asumiendo su marco de referencia y limitando su propio concepto de lo que es racional hacer y hasta dónde se satisface el valor de cada decisión.

En consecuencia una elección racional lo es en cuanto se elige la opción que lleva a la obtención de mayores o mejores consecuencias, es decir, que la elección lleva a la maximización de los resultados” (Herrnstein, 1990; Rachlin, 2003; Tversky y Kahneman, 1986)

Ahora bien, debemos abordar el tema de las condiciones en las que la elección es “óptima” y en las que no, y cómo la “racionalidad” influye en ella, para lo que el modelo de la elección prospectiva de Kahneman y Teversky (1979; 1984) y Teversky y Kahneman (1981) plantea que las elecciones en situaciones de riesgo dependen de cuatro elementos: (a) el resultado en términos de ganancia o pérdida, (b) la probabilidad de ganancia o pérdida, (c) el marco o contexto del problema, en términos de cómo es expresado verbalmente, y (d) el procesamiento interno de los tres primeros elementos.

En cuyo supuesto el sujeto evalúa prospectivamente determinando un resultado subjetivo que compara con otra evaluación, lo cual lleva a la elección. “Esta evaluación consiste en una “conversión” de la posible ganancia, o pérdida, a un valor subjetivo y de la probabilidad declarada a un valor de decisión; el cómo se valora la ganancia, o pérdida, y la probabilidad dependen de cómo se percibe de acuerdo con el marco del problema de elección.

En un marco de ganancias, los sujetos tienden a evitar arriesgarse, mientras que en marcos de pérdidas tienden a arriesgarse. Por otro lado, el peso que se les otorga a las probabilidades induce sobrevaloración de resultados de probabilidades muy bajas y subvaloración de resultados con probabilidad moderada o certera”. (Barriga Villamil, Wilcen Carlos, 2005).

2.2. El modelo de Michigan o de la identificación partidista

Un grupo de la universidad de Michigan público, los resultados de un estudio sobre los elementos que el elector estadounidense considera al momento de tomar una decisión electoral de origen psicológico que se divide en tres: a) identidad político partidaria, b) imagen de los candidatos, c) temas de interés en las campañas políticas, (Campbell, et. al. 1964)

Por lo que “El modelo de Michigan parte de dos principios básicos: primero la mayor parte del electorado experimenta una identificación con un partido; y segundo la mayor parte del electorado vota por aquel partido con el cual se siente identificado, lo que es considerado “la vía directa del Modelo de Michigan”; mientras que la “vía indirecta” establece el hecho de que un electorado que se identifique con un partido se verá influenciado a la hora evaluar a los candidatos de su partido y a sus adversarios, también influirá sobre las opiniones de este elector en temas de debate público, lo que después se verá apoyado de situaciones específicas y coyunturales, que tendrán una influencia clara sobre el voto”. (Anduiza y Bosch, 2004)

Siendo la identificación partidista un aspecto importante en el comportamiento electoral, es preciso definir qué se entiende por identificación: en términos psicológicos, la identificación se concibe como un proceso "... mediante el cual un sujeto asimila un aspecto, una propiedad, un atributo de otro y se transforma, total o parcialmente, sobre el modelo de éste, [de tal manera que] la personalidad se constituye y se diferencia mediante una serie de identificaciones". (Laplanche y Pontalis, citados en Aguilar López 2008)

Por lo tanto, entendamos que la identificación partidista es ese "...sentimiento de adhesión psicológica de los individuos hacia algún partido político, y la intensidad con la que sienten tal adhesión, son fuerzas psicológicas que subyacen su conducta real y potencial como electores" (Moreno Alejandro, 2003).

Así mismo la identificación partidista, tiene dos componentes importantes: la dirección, que indica hacia qué partido político está inclinada la persona; y la intensidad, que está referida al grado o nivel de identificación que el votante tiene para con el partido, es decir, identificación fuerte o débil (Moreno, 2009). Se conforma también de opiniones, conocimientos, creencias, expectativas y valores que de manera eventual pueden ser contradictorios y que ayudan a entender la cultura política de una sociedad (Aguilar Jesús, 1996) pues guía en gran medida conductas, actitudes y el actuar de los ciudadanos ante temas de índole político como votar y opinar respecto a gobiernos y candidatos, aceptar o rechazar propuestas, al respecto Alejandro Moreno en 2003 expresa que, aquellos ciudadanos que se sienten identificados con algún partido político muestran un mayor involucramiento en la política y que cuanto más es la intensidad de su identificación partidista, mayores son las probabilidades de que estos ciudadanos Salgan a votar el día de las elecciones, motivados por incentivos diferentes a los de índole económica o de reconocimiento social, no obstante es importante aclarar que esto no es una regla que se cumpla en todas las sociedades, incluso puede ser una afirmación subjetiva, ya que no nos garantiza que el ciudadano se sienta comprometido para ir a votar.

2.3. Clientelismo político

El clientelismo es un fenómeno político, económico, administrativo, social y cultural, a pesar de ser un tema tan importante, son pocas las conceptualizaciones para generar una definición precisa sobre clientelismo electoral.

En este tercer inciso se explican una serie de conceptos sobre clientelismo electoral, ya que es importante que el lector conozca cuales son algunos de los conceptos sobre el tema de investigación y así poder comprender el clientelismo electoral que practican los partidos políticos en el municipio de Temascaltepec dentro de las pasadas tres elecciones. Daremos a conocer el clientelismo electoral como fenómeno político, económico social y cultural y la relación que existe con la corrupción. Dado que el clientelismo no solo de da a nivel local haremos una pequeña referencia de cómo se lleva a cabo en los tres ámbitos. Federal, municipal y local y por ultimo como influye el clientelismo dentro de la política y así sabes de que forma el votante ha ejercido su voto en las pasadas elecciones en Temascaltepec.

El clientelismo es un concepto que es visto desde diferentes puntos de vista y que para mi cuenta con características muy detalladas que lo hace ser más preciso y entendible. El analista político Edgar Hernández explica que los diversos tópicos o temas con los que se relaciona el clientelismo electoral son: elecciones, cultura política, participación política y comportamiento electoral. (Hernández, 2006: 119).

El clientelismo es un fenómeno político, económico, administrativo, social y cultural cabe señalar que son insuficientes los elementos y significados para generar una definición precisa sobre clientelismo electoral por ello es la falta de análisis y enfoques conceptuales, éstos han sido desplazados por un discurso crítico, y denigrante con fines descalificativos sobre las prácticas clientelares.

Básicamente, en lo que respecta al análisis del concepto de clientelismo electoral, se definen tres elementos para su composición,

Javier Auyero señala:

“Como actores participantes de una red clientelar a patronos, clientes y mediadores, otorgándoles a los políticos el primer rol, independientemente de que estén o no en el gobierno, que tengan el control del aparato público, o pugnen por tenerlo desde la oposición. Son ellos quienes articulan una red clientelar y también quienes las emplean para resolver problemas, tanto individuales como colectivos”. (Auyero, 1997: 45).

Estos elementos son importantes para el análisis y estudio sobre clientelismo electoral y nos dice cómo influyen diversos factores subjetivos que van más allá del simple cambio de favores por votos y con eso se tome como una relación que se agota o acaba en la búsqueda de beneficios o que una de las partes sea vista como débil y que actúe para obtener un beneficio de ilícitamente que aquí es bastante identificado el votante de Temascaltepec da el voto con el fin de recibir algo.

En el clientelismo se encuentran inmersas una serie de relaciones informales de intercambio recíproco y mutuamente benéfico de favores entre dos o más sujetos, basadas en una amistad, ya sea sentimental o laboral, en la que coexisten ciertos elementos, tales como la desigualdad diferencia de poder y control de recursos, en la que existe un patrón y un cliente: el patrón proporciona bienes materiales, protección, y acceso a recursos materiales, y el cliente ofrece a cambio servicios personales, lealtad, apoyo político o votos.

De igual manera es una práctica informal, ya que se encuentra tipificado como delito en el marco legal. Un concepto que suele asociarse al del clientelismo político es el de corporativismo. Las elecciones juegan un papel fundamental en la construcción de las relaciones clientelares, ya que es en esta época cuando más se vislumbra el intercambio entre bienes y servicios por lealtad política.

Günes Ayata menciona que:

“El clientelismo puede generar tensiones que en su mayoría emanan de la naturaleza de la política moderna, la cual se fundamenta en la creciente participación de las masas en la vida pública, pero deja abiertas las desigualdades en el mercado. El clientelismo no sólo refleja dicha tensión interna sino que, en realidad, es el resultado de dicha tensión. En las sociedades preindustriales, el individuo no existe aislado sino que es parte de una entidad sea ésta urbana o rural, además abarca todas sus identidades, incluyendo a las que están relacionadas con el parentesco y la familia. En las sociedades modernas, el individuo se convierte en la unidad política. Dicha autonomización del individuo también genera un proceso de atomización. La noción de ciudadanía requiere que los individuos sientan un sentido de pertenencia a una unidad supraordinaria: el Estado”. (Günes, Ayata, 1998: 44).

Como nos damos cuenta existen redes clientelares están organizadas y tienen una estructura jerárquica en la que cada función que realizan los mediadores, patronos y clientes deben ser desempeñadas con base en una serie de actividades, las cuales se realizan en los tiempos de pre campaña, campaña y después de los comicios electorales.

De las actividades que más realizan las personas que pertenecen a una red clientelar dentro de Temascaltepec son: otorgamiento de despensas, vales, utilitarios, materiales de construcción e inclusive dinero en efectivo, otro tipo de actividad es que las personas que se encuentran afiliadas al partido o son simpatizantes visitan los domicilios de personas que éstos conocen, especialmente aquellas que se encuentran inscritas en la lista nominal, ya que los simpatizantes o militantes de los partidos políticos funcionan como enlace entre el ciudadano y el partido político, en este caso serían mediadores entre el patrón (partido político) y ciudadano (cliente). Por lo tanto una definición clara con lo ya mencionado de las redes clientelares sería la siguiente:

“Relaciones informales de intercambio recíproco y mutuamente benéfico de favores entre dos sujetos, basadas en una actividad instrumental, desigualdad, diferencia de poder y control de recursos, en las que existe un patrón y un cliente: el patrón proporciona bienes materiales, protección y acceso a diversos recursos y el cliente ofrece a cambio servicios personales, lealtad, apoyo político y votos”. (Foster, 1961: 1173).

Las prácticas clientelares caracterizan la cultura política y deben referirse a patrones ordenadores de los comportamientos sociales por lo que el clientelismo vive “una doble vida analítica”. (Javier Auyero, 1996) “Concebir las relaciones patrón cliente como una relación de intercambio y reciprocidad entre dos actores ubicados en posiciones estructurales desiguales (intercambio diádico desigual) apuntamos algunos elementos que completan la definición” (Eric Wolf, 1996) entonces entendemos que el clientelismo es un sistema de intercambio de bienes y servicios a cambio de apoyo político, lealtades, eventualmente votos.

Varios autores han sostenido que las relaciones patrón cliente estaban destinadas a desaparecer con la modernización de las ciudades cuando en realidad demostraron la capacidad de poder adaptarse a las nuevas estructuras políticas. Para poder complementar esta definición son necesarios estos tres elementos que dan cuenta de los vínculos clientelares en sociedades modernas:

a) cambia el origen de los recursos, cambia el objeto del intercambio por parte del patrón en este caso sería puesto de trabajo, bienes y servicios. b) es una relación entre individuos o redes de individuos. c) es un trato de un vínculo cara a cara.

Los grupos sociales compuestos por dos personas se complejizan y empiezan a aparecer los mediadores esto no significa que desaparezca la relación interpersonal más bien el intercambio clientelar se objetiva en otro grupo “cliente/mediador”.

Existen ciertos elementos que configuran el clientelismo electoral, en este apartado se analizan de manera general cada uno de ellos, ya que, el ambiente en el que se desarrollan las relaciones clientelares influye de manera directa con los tres elementos que configuran dichas relaciones, a saber: patrones, clientes y mediadores.

Es decir, no sólo el clientelismo electoral estudia el comportamiento electoral del electorado, es decir, sus sentimientos, percepciones e interpretaciones que los electores tengan sobre las relaciones clientelares, este aspecto es intrínseco, personal y subjetivo, ya que el factor ambiente es de igual importancia, al contrario del comportamiento electoral, que como se ha explicado parte de un aspecto subjetivo, puesto que tiene que ver con sentimientos, percepciones, actitudes del electorado sobre el clientelismo electoral.

Existe una serie de elementos que configuran propiamente las relaciones clientelares. Estos elementos configurativos del clientelismo electoral son los siguientes: elecciones, cultura política, participación política y comportamiento electoral (Hernández, 2006: 119).

Analizaremos cada uno de ellos es preciso realizar un estudio general, acerca de su desarrollo y como configuran el clientelismo electoral. El clientelismo electoral enfatiza el intercambio de bienes y servicios por apoyo político, dicho apoyo no estaría del todo completo sin un elemento que lo caracteriza: el voto.

El clientelismo electoral conlleva a una serie de prácticas de cierta manera ilegales, ya que van en contra del marco jurídico-electoral con la finalidad de obtener votos y, que inclusive participan los partidos políticos y la administración pública principalmente por medio de los programas sociales.

Si bien es cierto, que puede producirse una relación clientelar informal entre el patrón y el cliente, existe un elemento más que de igual manera puede participar en dicha relación el mediador y a que cierto punto es utilizado muchas veces.

El patrón, el cliente y el mediador tienen intereses o ambiciones personales, las cuales necesitan satisfacer, justamente por ese intercambio de bienes y servicios con la finalidad de obtener algún beneficio a cambio.

De acuerdo con la clasificación que realiza Weber-Pazmiño sobre el clientelismo electoral, es posible interpretar los diferentes tipos de clientelismo electoral que existen, se fundamenta en el intercambio de bienes y servicios, por lo que se crea una estructura de red clientelar o diversas redes clientelares que se guían precisamente por este intercambio de bienes y servicios.

El clientelismo funcional de cierta forma se ha relacionado con el clientelismo estructural, pero se diferencia de éste, ya que el clientelismo funcional como su nombre lo indica se encarga del estudio de las funciones que tienen los elementos: patrón, mediador, cliente al practicar el clientelismo electoral.

El clientelismo social tiene un estrecho vínculo con la sociedad, es decir, en este se busca generar relaciones clientelares que de alguna manera participe un colectivo social y que los integrantes de éste salgan beneficiados de la relación clientelar.

Finalmente, el clientelismo cultural, parte de la idea de cultura, es decir, que de acuerdo al contexto sociocultural se generan las relaciones y prácticas clientelares, es decir la cultura política influye en el comportamiento electoral del electorado al practicar el clientelismo electoral. Por lo que, el clientelismo electoral es un fenómeno multifactorial, es decir, convergen diversos factores, ya sean económicos, políticos, sociales y culturales que influyen en su desarrollo. De esta forma las relaciones clientelares se producen en los tres ámbitos de gobierno: municipal, estatal y federal, de igual forma, los actores políticos, ya sean los partidos políticos, los ciudadanos o los políticos participan directa o indirectamente y, que incluso las prácticas clientelares se han vuelto algo normal en Temascaltepec

Desde la perspectiva de las políticas públicas y, más precisamente de las políticas sociales; en estos contextos resultan fácilmente “confundidas” la lógica burocrática y la lógica clientelar; alterándose el sentido y los objetivos de las mismas, y haciéndolas posibles de mediaciones, resultando virtualmente privatizadas.

Entendiendo por privatizada, en este caso la alteración del sentido universal con el cual han sido concebidas hacia fines personalistas y privados (interés privado, electoral de un partido o línea interna) y sujetas a algún tipo de intercambio. Sin embargo, esta interpretación debe complementarse con el análisis que hacen los actores de la relación, y en este sentido, se observa que desde ambas partes de la diada, y para decirlo en términos sintéticos, se trata de una forma de resolución de problemas/satisfacción de necesidades de un lado y de una (de las tantas) formas de entender la política partidaria y la política local.

2.4. La cultura política

La cultura política de una nación es la distribución particular de patrones de orientación psicológica hacia un conjunto específico de objetos sociales los propiamente políticos entre los miembros de dicha nación. Es el sistema político internalizado en creencias, concepciones, sentimientos y evaluaciones por una población, o por la mayoría de ella. (Peschard Jaqueline, 2000)

“El termino cultura política se refiere a orientaciones especialmente políticas, posturas relativas al sistema político y sus diferentes elementos” (Almond y Verba, 1970)

La cultura política que sustenta al estudio consta de cuatro elementos básicos:

1. La cultura política es el campo de orientaciones subjetivas hacia la política de una determinada población nacional, o bien, de un segmento de ella.
2. La cultura política tiene componentes cognitivos, afectivos y evaluativos (que incluyen conocimientos y creencias sobre la realidad política, sentimientos con respecto a la política y compromisos con ciertos valores políticos).

3. El contenido de la cultura política es el resultado de la socialización infantil, la educación, la exposición a los medios de comunicación y las experiencias adultas con el desempeño gubernamental, social y económico.

4. La cultura política afecta la estructura y el desempeño político y gubernamental; la constriñe, ciertamente, pero no la determina. Las vinculaciones causales entre cultura y estructura y desempeño van en los dos sentidos. (García Roberto, 2006). En este sentido y pese a los debates debemos entender la idea de que la estructura y la cultura se determinan recíprocamente y no hay en ninguna de ellas un factor condicionante de la otra.

Dentro de la cultura política existe una tipología que es indispensable retomar; en principio se habla de una cultura política parroquial: aquí “no hay roles políticos especializados” (Almond y Verba, 1970), la característica es que los ciudadanos carecen totalmente de interés por asuntos políticos y sólo son receptivos. En tanto que en la cultura política de súbdito: “hay aquí gran frecuencia de orientaciones hacia un sistema político diferenciado y hacia los aspectos administrativos del sistema, pero las orientaciones respecto a objetos específicamente políticos son pasivos” (Almond y Verba, 1970), éste tipo de cultura parece predominar en naciones que tienen poco tiempo con el sistema democrático (democracias de la tercera ola), debido a que vienen de un régimen diferente con valores, tradiciones, creencias y sentimientos opuestos a los que la democracia demanda, aunque con esto no se afirma que en las democracias consolidadas no se presente tal fenómeno. Y finalmente está la cultura política de participante: “es aquella en la que los miembros de la sociedad tienden a estar explícitamente orientados hacia el sistema como un todo y hacia sus estructuras y procesos políticos y administrativos” (Almond y Verba, 1970).

El comportamiento político y electoral es uno de los temas fundamentales de estudio de las ciencias sociales en particular de la ciencia política, bajo el supuesto de que el comportamiento político, no es, ni puede ser, independiente del comportamiento social en general, ya que, ninguna opinión u acción política está exenta del contexto en que se desenvuelven, por el contrario, de la mano del comportamiento político de una persona están los efectos de factores sociales, económicos, culturales y personales.

Por ende, se han formulado diferentes teorías que intentan explicar el comportamiento político y electoral para dar razón a "la conexión entre las preferencias de los ciudadanos y las decisiones que se toman". (Anduiza y Bosch, 2004).

2.4.1. Comportamiento electoral

Para definir el término democracia necesitamos hacer una clara diferencia entre el deber ser y el ser. Las definiciones de los autores clásicos nos sirven como parteaguas, no obstante, no sirven para definir la democracia como hoy en día se práctica en el mundo occidental. Por lo tanto, es necesario definirla en función de su utilidad, es decir, tenemos que definir la democracia de manera instrumental, como una forma de gobierno que sirve para generar ciertos resultados, una forma de gobierno en la que la democracia sólo es un método de elecciones de gobernantes. Por lo tanto, "... la democracia es un conjunto de reglas que permiten tomar decisiones colectivas, vale decir, decisiones que se refieren a toda una colectividad, con el mayor consenso posible de las personas a las que estas decisiones se aplicarán." (Bobbio, 1986, p. 72).

Es decir, se habla de la democracia vista como un método; una democracia electoral en la cual existen instituciones claras y precisas sobre quienes pueden tomar las decisiones y bajo qué procedimientos.

Desde una perspectiva racional “En una democracia [...] el gobierno siempre actúa para maximizar su caudal de votos; es un empresario que vende política a cambio de votos en lugar de productos a cambio de dinero. Además, debe competir con otros partidos para obtener esos votos...” (Downs, 2001, p. 96).

Los sistemas democráticos deben asegurar la participación de los ciudadanos en la política, para influir en las decisiones políticas y participar en la toma de decisiones las cuales deben guardar relación con las preferencias de los ciudadanos. Pero, ¿cómo entender la participación política? Anduiza y Bosch (2004, p. 26) sostienen que la participación política es “... cualquier acción de los ciudadanos dirigida a influir en el proceso político y en sus resultados”.

De igual manera, Anduiza y Bosch (2004) proponen tres grandes grupos de tipos de participación política:

- Electoral vs. no electoral: se da dentro de los procesos electorales. Es la forma de participación esencial en las democracias representativas. Suele usarse como sinónimo de voto, sin embargo, el voto es un fenómeno más complejo.
- Convencional vs. no convencional: formas de participación en función de si se ajustan o no a las normas sociales. La participación política convencional es legítima y promovida por las instituciones, la participación política no convencional se refiere a canales de participación no institucionalizados y que se dan de manera extralegal.
- Salida y voz: salida se refiere cuando se ejerce presión a un grupo definido con la amenaza de irse, de no participar; la voz hace referencia a la posibilidad de comunicar el descontento hacia el sistema con una participación activa.

Ante estos tipos de participación política hay que determinar algunas cuestiones: de qué manera se participa, quién participa, por qué se participa y qué consecuencias tiene la participación.

La pregunta más relevante es la que señala quiénes son los que participan, de cualquier manera no solo la electoral, la respuesta de los autores es un tanto general pero permite vislumbrar un panorama más específico y que se reproduce en los distintos países. Anduiza y Bosch (2004) proponen tres grupos de ciudadanos en la participación política:

- Apáticos: representan el 30% de los ciudadanos. No participan políticamente ni se interesan por la política.
- Espectadores: representan el 60% de los ciudadanos. Contemplan la política desde la barrera.
- Gladiadores: representan el 10% de los ciudadanos. Participan políticamente de manera activa.

Por lo tanto la participación política es importante dentro de las democracias las cuales tienen como característica principal el hecho de que los representantes políticos son elegidos por medio del voto, el cual es libre y secreto, de hecho “La decisión de votar es el acto político ciudadano más importante en las sociedades democráticas.” (Magaloni 1994, p. 309). Valdez y Huerta (2011, p. 2) señalan algo similar, pero ellos distinguen entre el voto de manera general y el voto en campañas electorales, por lo que “En las campañas electorales, el voto es el acto por medio del cual el ciudadano manifiesta una simpatía o antipatía, hacia un determinado partido o coalición de partidos, su programa y sus candidatos [...] el voto representa la decisión suprema del elector...”.

Sin embargo, la participación electoral no es sencilla pues está influenciada por una gran pluralidad de factores que influyen en el voto, primero sobre la decisión de asistir o no a votar, y segundo, si la decisión es votar, por quién o quiénes se va a votar. Este es uno de los postulados básicos del marco conceptual denominado *embudo de la causalidad*, que sostiene que el voto es el acto final de una serie de factores que suceden antes y después del acto mismo del sufragio, los cuales van de lo general a lo particular y también se hacen diferencias entre los factores de largo y corto plazo (Moreno y Meixueiro, 2014).

Los factores a largo plazo hacen referencia a las características sociodemográficas de los votantes, es decir, a la base social del voto, se infiere que los factores a corto plazo son las coyunturas políticas y los sentimientos que las campañas políticas logren movilizar en su desarrollo. Valdez Huerta (2011) afirman que el voto está influenciado por una variedad de factores que influyen en dos direcciones del voto, la motivación y la orientación

El comportamiento electoral puede entenderse en su dimensión más básica como una conducta de los ciudadanos que los relaciona con el poder, es decir, la relación del Estado con la sociedad, relación que es manifestada a través del voto. Este último es el acto más importante en la vida política de las sociedades democráticas.

El voto tiene dos funciones primordiales: primero, legitimar al gobierno, pues con esto se le otorga la confianza a las autoridades elegidas la cual es presentada como una oportunidad que debe ser aprovechada por los partidos políticos para perpetuarse en el poder por medio de un buen desempeño en el gobierno, y segunda, el voto sirve como control político, ya que, al ser el voto un canal institucional de participación abre la brecha para la manifestación de demandas ciudadanas al sistema político.

El carácter institucional del voto es producto de la demanda de participación de la sociedad a través de los procesos históricos relevantes que incentivaron revoluciones sociales con el fin de obtener derechos políticos, de los cuales el voto es el más importante, ya que dejó de ser censitario para volverse universal y secreto. De la anterior se infiere que existen factores coyunturales y estables que inciden sobre esta forma de participación, pues el comportamiento electoral no se concibe como un acto aislado de la sociedad, sino que está rodeado de los factores antes mencionados. Pero también existe otro tipo de factores, los que se consideran de largo plazo, como lo son las características socioeconómicas, demográficas y culturales, de hecho, existen algunos elementos que pueden ser

“... vistos como determinantes del voto. Esos factores empiezan por la estructura social, como la clase social y la religión, seguidas por las predisposiciones de largo plazo, como la identificación partidista, las orientaciones valorativas e ideológicas, y alcanzan los elementos de corto plazo, como los temas de las elecciones, las evaluaciones económicas retrospectivas, los candidatos y los líderes políticos, culminando con la decisión de voto, no sin antes reflexionar sobre el contexto político e institucional de cada país. De acuerdo con la amplia literatura acerca del comportamiento electoral, el peso de todos esos factores cambia con la modernización: en la medida en la que los electorados se modernizan, la estructura social tiende a perder peso en la decisión de voto.” (Telles y Moreno, 2015, p. 13-14).

Estas son características básicas del comportamiento electoral, pero, cómo estudiarlo. Existen tres escuelas que han elaborado teorías para explicarlo: el enfoque sociológico, el enfoque psicológico y el enfoque racional.

Para tener una mejor comprensión, a continuación, se explicarán las principales teorías del voto.

2.4.2. El enfoque sociológico

La perspectiva sociológica, a la cual también se le denomina escuela de Columbia, define el voto “... como una conducta de grupo en la medida en que lo que lo define y explica son las características sociales, demográficas, regionales o económicas que comparten los individuos de cierta comunidad o grupo social.” (Peschard, 2000, p. 69). Este modelo tiene dos principales herramientas para el estudio del comportamiento electoral, utiliza datos agregados e individuales. Cuando utiliza datos agregados se le denomina *análisis ecológico* pues se toma en cuenta todo lo que rodea al individuo. De esta forma de estudio surgió la denominada *geografía electoral*, vertiente que arguye que el comportamiento electoral se basa en características económicas y sociales representadas específicamente de manera espacial, por la cual es estable, actualmente se utiliza también para determinar

canales de comunicación política. Una segunda vertiente es el *determinismo social*, modelo que surgió de los estudios de la Universidad de Chicago, esta tiene como postulado principal que "... se actúa políticamente como se actúa socialmente." (Peschard, 2000, p. 70). Este enfoque está especialmente influenciado por la teoría de la modernización. Una de las críticas al enfoque sociológico es la llamada "falacia ecológica" pues infiere el comportamiento individual del general.

Estos estudios surgieron en la década de los 40's con la investigación de Paul Lazarsfeld. En el artículo de investigación "La campaña electoral ha terminado" (1953) Lazarsfeld describe, con base en encuestas (la utilización de encuestas como evidencia empírica fue una revolución dentro de las ciencias sociales y de la corriente que con estas surgió denominada conductismo), el comportamiento electoral de los individuos de un condado del estado de Ohio en Estados Unidos en la elección presidencial. Con el análisis de estos datos, Lazarsfeld (1953) afirmó que los individuos determinaban su voto por la influencia de los grupos sociales más cercanos al individuo.

Los hallazgos principales de esta teoría se resumen en el siguiente enunciado: "... el pertenecer a una organización acentúa la predisposición política [...] la gente vota con el grupo social al que pertenecen y de que tales grupos, a su vez, vienen determinados por unas pocas características sociales básicas." (Lazarsfeld, 1953, p. 399).

De esta manera la escuela sociológica establece que el voto está determinado por las características sociales y económicas del individuo las cuales son representadas de manera espacial. Lo que incentivo la relevancia de esta teoría fue la introducción del concepto de *procesos de intermediación*, este concepto busca explicar los lugares y los momentos en los cuales los electores reciben la información política con la cual su voto es influenciado.

Podemos sintetizar las escuelas del comportamiento electoral en los siguientes enunciados.

Teoría	Definición
Escuela sociológica	“... la gente vota con el grupo social al que pertenecen y de que tales grupos, a su vez, vienen determinados por unas pocas características sociales básicas.” (Lazarsfeld, 1953, p. 399).
Escuela psicológica	Esta teoría intenta explicar el voto a través de las orientaciones que los electores tienen respecto a los partidos políticos, de esta manera, el voto se define por los sistemas de valores y lazos afectivos de los votantes. La aportación más importante de esta teoría fue el concepto de <i>identificación partidista</i> .
Escuela racional	“La teoría de la elección racional afirma que los electores deciden abstenerse a votar, y votar por un candidato en especial, como producto de una decisión racional [...] Según esta teoría el elector decide, conforme a un cálculo de utilidad esperada...” Magaloni (1994, p. 315).

Tabla 1: escuelas del comportamiento electoral.

Fuente: Elaboración propia con información de Lazarsfeld (1953), Moreno (2009) y Magaloni (1994).

2.4.3. Posición social y voto

En este capítulo Anduiza y Bosch tratan de explicar el comportamiento electoral a partir de la posición del electorado en la estructura social, refiriendo que las circunstancias sitúan al ciudadano en un lugar específico, haciéndolo modificar con ello la perspectiva con la que mira el mundo, la política y en específico las elecciones. Con ello, los autores determinan que la posición social condiciona el voto y hablan de los clivajes. Las divisiones sociales son precisamente el aporte fundamental de esta corriente para entender la formación de los tradicionales sistemas de partidos existentes en las sociedades occidentales, y de manera más precisa, de los sistemas políticos democráticos.

De esta manera se entiende que la dinámica electoral de los países democráticos se puede analizar desde la conformación del sistema de partidos o del comportamiento electoral. En función de esto, se puede proponer que "... los individuos votan a un partido determinado como consecuencia de la posición social que ellos ocupan en la estructura social de su país. [Es decir] la posición social del individuo condiciona su voto." (Anduiza y Bosch, 2001, p. 145).

Esta premisa es semejante a la propuesta original de la escuela sociológica del comportamiento electoral la cual se ha citado con anterioridad, en la cual se sostenía que el comportamiento electoral de los individuos se daba en función de los grupos sociales a los que pertenecen, así los sostienen Anduiza y Bosch (2004, p. 145) quienes afirman que "El concepto de clivaje es la aportación fundamental de la escuela sociológica del comportamiento electoral."

"Un clivaje es una división de la sociedad en dos bandos opuestos que está determinado por la posición de los individuos en la estructura social y que, como es profundamente sentido por los individuos, acaba configurando alineamientos entre los bandos de la sociedad y los partidos políticos." (Anduiza y Bosch, 2004, p. 147).

Para comprender el concepto de clivaje es importante tener en cuenta dos aspectos: primero, los clivajes se determinan por la posición social de los individuos, es decir, que las ideologías no determinan un clivaje, sino que "...un clivaje es una división estructural: que coloca a los individuos en un bando u otro independientemente de su voluntad." (Anduiza y Bosch, 2004, p. 147); segundo, las divisiones sociales no se convierten necesariamente en clivajes, sino que se habla de un clivaje cuando un tema en específico divide a la sociedad profundamente creando dos grupos específicos y que estos grupos tienen alineamientos con los partidos políticos correspondientes. De esta manera los clivajes políticos se resumen en tres: la clase social, la denominación religiosa y el origen. La clase social se podría explicar por con base en la división entre clase obrera y burguesía, las cuales crearon un partido político correspondiente a su alineación, por lo que se crearon partidos de obreros y de burgueses con una base de apoyo específica a la clase social que defienden.

De la misma manera sucede con los grupos religiosos quienes crearon partidos políticos con una base social alineada a sus intereses y con las divisiones de origen.

El postulado básico de la teoría de los clivajes era que los diferentes grupos, fruto de las divisiones sociales, apoyarían a los partidos políticos correspondientes, es decir, los obreros votarían por el partido obrero, los católicos por el partido católico, etc. No obstante, cómo explicar cuando no sucede de esta forma.

“... entre los siglos XVI y XIX se producen [...] tres fenómenos que afectarán profundamente su estructura social. La configuración del Estado-nación, la Reforma protestante y la Revolución industrial. De forma muy resumida (posiblemente demasiado), se podría decir que la formación del Estado-nación da lugar a tres conflictos: el que enfrenta al centro dominante y que dirige al Estado contra la periferia dominada , el que enfrenta unas comunidades culturales con otras y el que opone a los súbditos del poder civil contra los súbdito del poder eclesiástico.

La revolución industrial da lugar a dos conflictos: el que enfrenta a la burguesía con los trabajadores y el que enfrenta a los terratenientes con los industriales. Finalmente, la Reforma protestante da lugar al conflicto entre los católicos y los protestantes.”

2.4.5. El enfoque psicológico

Esta propuesta fue elaborada por la Escuela de Michigan la cual sostenía que “... los valores y las inclinaciones políticas que se aprehendían en la socialización eran los que determinaban la conducta político-electoral adulta” (Peschard, 2000, p. 70). La variable explicativa más desarrollada por esta escuela fue la *identificación partidista* que se entiende como lealtad o adhesión a algún partido político por parte del individuo y se determina por el nivel de cambio de las preferencias políticas y por la aparición de los votantes independientes, es decir, los que no se sienten identificados con algún partido. Una segunda vertiente de esta escuela fue el estudio de la cultura política: de las preferencias y valores de los ciudadanos hacia el

sistema político. La cultura política se determina entonces por tres factores: el nivel de información política, los vínculos afectivos de la comunidad hacia el sistema político y la evaluación del mismo. La escuela psicológica es la teoría que más auge ha tenido dentro de los estudios del comportamiento electoral. Esta teoría intenta explicar el voto a través de las orientaciones que los electores tienen respecto a los asuntos políticos, de esta manera, el voto se define por los sistemas de valores y lazos afectivos de los votantes

La aportación más importante de esta teoría fue el concepto de *identificación partidista* la cual es entendida como la lealtad o adhesión hacia algún partido político (situación que puede medirse) o como una predisposición afectiva del individuo hacia algún partido político.

La identificación partidista es un fenómeno cambiante que es susceptible a las evaluaciones que los individuos hacen respecto del trabajo del gobierno, esta última fue una de las críticas más severas. Dentro de estos estudios se denominó *partidistas* a los individuos que se sentían identificados con algún partido político, pero existía un sector que no tenía dicha identificación, a este sector de electores se les denominó *independientes*.

A lo largo del tiempo se ha discutido si la identificación partidista es emocional (esta era parte del postulado original que define dicho concepto como orientaciones afectivas) o racional (por los datos de encuestas que arrojan que la escolaridad y la edad son determinantes en la definición de la identificación partidista), es decir, el votante se identifica con un partido político según sus intereses.

2.4.6. El enfoque racional

La teoría de la elección racional nace de los estudios de Anthony Downs en su obra llamada "Una teoría económica de la democracia" en la cual el autor señala que los individuos deciden su voto con base en un cálculo racional de los costos y beneficios de su participación. Magaloni (1994, p. 315) lo define así:

“La teoría de la elección racional afirma que los electores deciden abstenerse a votar, y votar por un candidato en especial, como producto de una decisión racional [...] Según esta teoría el elector decide, conforme a un cálculo de utilidad esperada realizado en dos momentos: a) votar o abstenerse en función de los beneficios y costos esperados del voto (costos medidos sobre todo en términos de tiempo), y b) votar por el candidato que se encuentra más cercano a sus posiciones políticas ideales y del que espera el mejor desempeño.”

“Esta teoría se basa en el supuesto de que los electores cuentan con la mayor cantidad de información sobre la cual basan su decisión electoral, las mayores críticas se han colocado sobre este supuesto, pues los críticos afirman que es difícil que los electores cuenten con toda la información y que tengan la capacidad de procesarla.

“El supuesto es que el elector discierne, jerarquiza, evalúa la oferta electoral, y a partir de ahí escoge al partido y al candidato que se acerca más a sus intereses...” (Peschard, 2000, p. 71).

Este enfoque define al voto como un acto individual que responde a factores coyunturales motivado por ciertos motivadores. En esta perspectiva el comportamiento electoral no es estable, sino que cambia constantemente. Esta característica lo diferencia de los dos enfoques anteriores.

El postulado principal es que el ciudadano decide su voto haciendo un cálculo de utilidad evaluando los beneficios y costos de su decisión. La crítica a este modelo es que el individuo aparece despojado de percepciones, orientaciones y valoraciones hacia el sistema político.

El factor clave del voto entendido desde la elección racional se encuentra en la información la cual tiene tres características principales: es incompleta, imperfecta y tiene un costo. Las características de la información determinan la relación entre los individuos con el gobierno, manifestada, principalmente, a través del voto.

La elección racional funciona desde la premisa de que el gobierno trabaja para maximizar su caudal de votos y que los partidos de oposición hacen lo propio para ganar las elecciones, para lograr esto los partidos políticos crean un mercado de ideologías y de programas de gobierno las cuales serán evaluadas por los electores. En este punto el papel de la información es esencial puesto que la decisión de los votantes se determinará por la cantidad de información que posean y por su capacidad para procesarla, no obstante, el obtener y procesar la información implica ciertos costos para los electores, principalmente sobre el tiempo, ya que invertir tiempo en asimilar la mayor cantidad de información para tomar una decisión que no tendrá un impacto social palpable y que ni siquiera determinará el ganador dentro de una elección se muestra como un acto irracional, de hecho la ignorancia en este sentido es racional: "... la ignorancia en política no es consecuencia de una actitud apática o poco patriótica; es, más bien, una respuesta completamente racional a los hechos de la vida política en una democracia amplia." (Downs, 2004, 107).

Al ser la ignorancia racional se vuelven importantes las ideologías en el sentido de que sintetizan la información política y porque sirven como atajos cognitivos para los electores, es decir, la ideología permite conocer el tipo de programas de gobierno o de políticas públicas que realizará cierto partido político al ser gobierno. Sin embargo, los factores a corto plazo también determinan las decisión del elector, o sea, que los fenómenos coyunturales influyen las percepciones del elector respecto a la opinión del gobierno o de los partidos de oposición, de esta manera, escándalos de corrupción, políticas que afectan la posición individual de los electores u omisiones en temas específicos por parte del gobierno persuadirán el voto de ciertos grupos. Uno de los temas específicos que orientan el voto es la economía, es decir, el elector evalúa al gobierno por la manera en la que se desempeña en la economía de dos maneras distintas: primero, sobre la economía de bolsillo, y segundo, sobre la economía del país en general; por lo tanto se puede argüir que el voto es, en la mayoría de los casos, un voto retrospectivo en tanto que la ciudadanía evalúa el desempeño gubernamental.

A diferencia de las dos teorías anteriores, la elección racional sostiene que el voto tiene una mayor influencia de los factores a corto plazo, pues el elector está mayormente influenciado por las coyunturas políticas, por las campañas electorales y por la información que va surgiendo durante los procesos electorales.

2.4.7. El modelo de los clivajes

Esta teoría intenta explicar el voto en función de divisiones estructurales en una sociedad. Según Moreno (2009) esta perspectiva teórica surge para explicar los sistemas de partidos en Europa "... y explica el voto en función de las alineaciones de grupos de electores con los partidos políticos.

Su planteamiento original es que el voto refleja las divisiones estructurales existentes en una sociedad en un momento dado..." (Moreno, 2009, p. 33).

Estos estudios se inauguraron con el aporte teórico de Lipset y Rokkan en *Sistemas de partidos y alineaciones de votantes* en el cual se buscaba explicar el surgimiento de un sistema de contrastes y divisiones dentro de un estado-nación y para intentar explicar cuáles eran las condiciones para que se desarrollará un sistema estable de estas divisiones y oposiciones en la vida política nacional y a su vez como se comportaba la ciudadanía con respecto al sistema de partidos resultante (Lipset y Rokkan, 1967). El análisis de estos autores destacó por ser un estudio inaugural en el que

"...se aborda la cuestión de cómo la tradicional división de las sociedades occidentales en dimensiones como la religión, la clase social o la lengua, se ha traducido en una determinada forma de articulación de los sistemas de partidos políticos, unos partidos que precisamente elaboran sus programas en función de éstas u otras divisiones relevantes de la sociedad. [...] identifican los problemas a los que deben enfrentarse las sociedades para la creación de las condiciones que permiten la competencia partidista o, lo que es lo mismo, para asumir bajo la forma de competición partidista aquellas divisiones sociales" (Battle, 2001, p. 21).

Las divisiones sociales son precisamente el aporte fundamental de esta corriente para entender la formación de los tradicionales sistemas de partidos existentes en las sociedades occidentales, y de manera más precisa, de los sistemas políticos democráticos. De esta manera se entiende que la dinámica electoral de los países democráticos se puede analizar desde la conformación del sistema de partidos o del comportamiento electoral. En función de esto, se puede proponer que "... los individuos votan a un partido determinado como consecuencia de la posición social que ellos ocupan en la estructura social de su país. [es decir] la posición social del individuo condiciona su voto." (Anduiza y Bosch, 2001, p. 145).

Esta premisa es semejante a la propuesta original de la escuela sociológica del comportamiento electoral la cual se ha citado con anterioridad.

En la cual se sostenía que el comportamiento electoral de los individuos se daba en función de los grupos sociales a los que pertenecen, así los sostienen Anduiza y Bosch (2004, p. 145) quienes afirman que "El concepto de clivaje es la aportación fundamental de la escuela sociológica del comportamiento electoral.", mientras que Moreno (2009, p. 34) arguye lo siguiente:

"Aunque algunos académicos suelen equiparar el enfoque de clivajes sociales con la escuela sociológica de Columbia, precisamente los análisis histórico-sociológicos en escala macro diferencian la tradición iniciada por Lipset y Rokkan de la que plantearon Lazarsfeld y sus colegas. La sociología es un fuerte componente de ambas, pero en la perspectiva socioestructuralista o de clivajes sociales los factores históricos, así como los vínculos o alineaciones de largo plazo entre *grupos* de electores y partidos, son fundamentales."

Como se acaba de señalar, el componente sociológico se encuentra en la base de ambas propuestas teóricas, sin embargo, la escuela sociológica lo retoma con base en los componentes más específicos de los individuos. Parece una paradoja plantear que la escuela sociológica tiene un carácter individual, sin embargo, esta aseveración se realiza en función de que la escuela de Columbia analiza el comportamiento electoral de los grupos utilizando como principal herramienta el uso

de encuestas y después realiza interpretaciones con el análisis de datos agregados; por otro lado, la teoría de los clivajes plantea de manera básica cómo las construcciones y conflictos estructurales de las sociedades marcaron la ruta para la formación de los sistemas de partidos actuales en países determinados, enseguida se señala como se delimitaron las relaciones de los partidos políticos en función de ciertos umbrales (legitimación, incorporación, representación y poder de la mayoría) los cuales, a su vez, permitieron la formulación de ciertos sistemas electorales para garantizar la competencia dentro de las sociedades democráticas (hacemos referencia a un proceso gradual), y por último se propone explicar la conducta de los ciudadanos con respecto a estas instituciones. De hecho, esta es la lógica de Lipset y Rokkan (1957).

Ha quedado claro que los clivajes políticos se crearon en función de las divisiones sociales, pero, ¿qué es un clivaje? Es "... la correspondencia que hay entre las diferencias estructurales o culturales presentes en una sociedad y las lealtades partidarias de un grupo." (Moreno, 2009, p. 34).

"Un clivaje es una división de la sociedad en dos bandos opuestos que está determinado por la posición de los individuos en la estructura social y que, como es profundamente sentido por los individuos, acaba configurando alineamientos entre los bandos de la sociedad y los partidos políticos." (Anduiza y Bosch, 2004, p. 147).

Para comprender el concepto de clivaje es importante tener en cuenta dos aspectos: primero, los clivajes se determinan por la posición social de los individuos, es decir, que las ideologías no determinan un clivaje, sino que "...un clivaje es una división estructural: que coloca a los individuos en un bando u otro independientemente de su voluntad." (Anduiza y Bosch, 2004, p. 147); segundo, las divisiones sociales no se convierten necesariamente en clivajes, sino que se habla de un clivaje cuando un tema en específico divide a la sociedad profundamente creando dos grupos específicos y que estos grupos tienen alineamientos con los partidos políticos correspondientes.

La propuesta original de Lipset y Rokkan (1957) sostenía que en los países occidentales había dos procesos históricos específicos que determinaron las divisiones sociales: la revolución nacional y revolución industrial, es decir, un conflicto de carácter social y otro basado en las relaciones de carácter económico. Por lo tanto, el primero marco la pauta para la división de aquellos que tenían una visión centralista del estado-nación y otros que tenían una visión desde la periferia de este fenómeno, el segundo permitió los conflictos de los que poseían los medios de producción contra los trabajadores.

Anduiza y Bosch (2004, p. 149), hablando del caso específico de Europa, afirman que

“... entre los siglos XVI y XIX se producen [...] tres fenómenos que afectarán profundamente su estructura social. La configuración del Estado-nación, la Reforma protestante y la Revolución industrial. De forma muy resumida (posiblemente demasiado), se podría decir que la formación del Estado-nación da lugar a tres conflictos: el que enfrenta al centro dominante y que dirige al Estado contra la periferia dominada , el que enfrenta unas comunidades culturales con otras y el que opone a los súbditos del poder civil contra los súbdito del poder eclesiástico.

La revolución industrial da lugar a dos conflictos: el que enfrenta a la burguesía con los trabajadores y el que enfrenta a los terratenientes con los industriales. Finalmente, la Reforma protestante da lugar al conflicto entre los católicos y los protestantes.”

De esta manera los clivajes políticos se resumen en tres: la clase social, la denominación religiosa y el origen. La clase social se podría explicar por con base en la división entre clase obrera y burguesía, las cuales crearon un partido político correspondiente a su alineación, por lo que se crearon partidos de obreros y de burgueses con una base de apoyo específica a la clase social que defienden.

De la misma manera sucede con los grupos religiosos quienes crearon partidos políticos con una base social alineada a sus intereses y con las divisiones de origen. El postulado básico de la teoría de los clivajes era que los diferentes grupos, fruto de las divisiones sociales, apoyarían a los partidos políticos correspondientes, es decir, los obreros votarían por el partido obrero, los católicos por el partido católico, etc. No obstante, cómo explicar cuando no sucede de esta forma.

2.4.8. Conclusiones del capítulo

Comienzo haciendo una reflexión sobre la teoría de la elección racional que como nos dimos cuenta radica en el actuar específico de las personas pues configuran los hechos sociales de la humanidad y así mismo contribuyen al desarrollo del accionar en la sociología que es el estudio del hombre y los modos de proceder ante algo con esto también toma en cuenta las decisiones racionales los modos en que el orden social conforma y determina nuestras vidas y que con esto permite predecir los comportamientos sociales de cada individuo; En relación a cómo actúan los ciudadanos en los procesos electorales con lo ya mencionado los que utilizan elección racional es por toma de decisiones de cada uno la lógica que utilizan depende el ambiente que se estén desarrollando.

Ahora bien el clientelismo como ya lo comentamos puede ser definido como una relación de intercambio por la cual se entregan bienes o se otorga trabajo a cambio de apoyo político, y cuya duración variará de las necesidades y posibilidades de quien ostente mayor poder, los elementos giran en torno a sus tres etapas: ofrecimiento, aceptación y cumplimiento. Pero difícilmente los que ostenten poder quieran concluirlos, de allí el persistente deseo de continuidad que tienen, y de que no varíen las situaciones anteriores, la toma de conciencia juega un papel importante ya que permitiría debilitar ese tipo de estructuras, a partir de la propia revalorización del individuo.

Un factor de suma importancia por el que se da el clientelismo es la pobreza y necesidades de quienes tienen menos recursos, y su continuidad en similar situación ya que permite a quienes deseen obtener réditos políticos poder realizar un intercambio con menor esfuerzo y exigencia de su parte es por eso la relación es posible a partir de una apariencia de ayuda que en la práctica dado que el cliente se mantiene en una misma posición.

En fin el comportamiento político y electoral es uno de los temas fundamentales de estudio de las ciencias sociales en particular de la ciencia política, bajo el supuesto de que el comportamiento político, no es, ni puede ser, independiente del comportamiento social en general, ya que, ninguna opinión u acción política está exenta del contexto en que se desenvuelven, por el contrario, de la mano del comportamiento político de una persona están los efectos de factores sociales, económicos, culturales y personales.

Este primer acercamiento al fenómeno da cuenta de las variables más importantes que influyen en el Comportamiento Político y Electoral y que dan paso a que estos elementos teóricos sirven para entender el comportamiento de los electores.

Por ende, se han formulado diferentes teorías que intentan explicar el comportamiento político y electoral para dar razón a "la conexión entre las preferencias de los ciudadanos y las decisiones que se toman"

Capítulo III: Presentación del caso.

3.1. Características del municipio de Temascaltepec, Estado de México

Este capítulo tiene como objetivo analizar a través de las variables políticas y sociales analizar el contexto en el que se encuentra en el municipio el cual da pie a que no haya presentado ninguna alternancia política en su historia y entender mejor que elementos influyen de manera significativa en la formación de las preferencias partidistas

El municipio de Temascaltepec, es uno de los 125 municipios del estado de México de los cuales se encuentra dentro de los 6 municipios que no ha presentado alternancia política en su historia y que por ello es de suma importancia como justificación para el estudio de Caso.

El presente capítulo aborda características del municipio de Temascaltepec Estado de México, comenzando por las características geográficas políticas y culturales del municipio para entender el fenómeno de la falta de alternancia política.

Las variables sociodemográficas, políticas culturales y económicas son un elemento esencial para el estudio del Comportamiento Político y Electoral y que brindan información que permite entender el comportamiento de los ciudadanos,

Además, se abordó el análisis electoral, es decir cómo está integrado el padrón electoral, cual es el porcentaje de participación ciudadana en las elecciones y cuál es la dinámica de los partidos políticos para entender el comportamiento electoral.

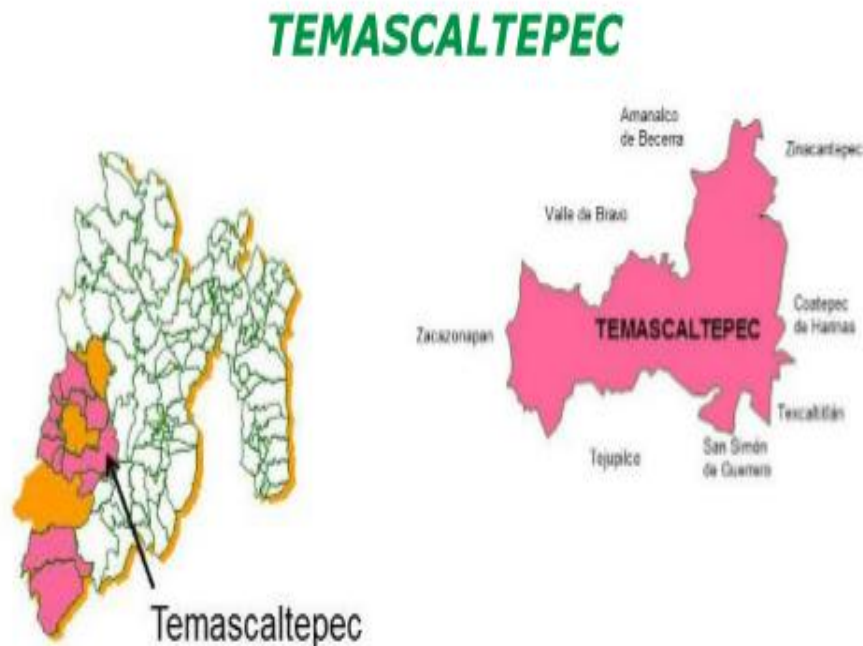
3.2. Localización

El municipio de Temascaltepec es uno de los 125 municipios del Estado de México se localiza en la parte sur del Estado, y a una distancia de 66 kilómetros de la capital del Estado (Toluca), además se encuentra entre las coordenadas 19° 03´ latitud norte y 100° 02´ longitud oeste y con una altitud promedio de 1740mts sobre el nivel del mar. Además de contar con una extensión territorial de 547.5 kilómetros cuadrados, que representa el 2.44% del territorio estatal, con un ratio de fecundidad

de 3.03 hijos por mujer. El 2,87% de la población proviene de fuera del Estado de México. El 10,99% de la población es indígena, el 5,72% de los habitantes habla alguna lengua indígena, y el 0,07% habla la lengua indígena pero no español.

El 94,17% de la gente de Temascaltepec es católica, el 43,80% están económicamente activos y, de estos, el 94,42% están ocupados laboralmente. Además, el 87,06% de las viviendas tienen agua entubada y el 1,89% tiene acceso a Internet.

El municipio de Temascaltepec limita al norte Valle de Bravo y Amanalco de Becerra, en la zona sur con Tejupilco, San Simón de Guerrero y Texcaltitlán, en la parte este con los municipios de Zinacantepec y Coatepec de Harinas y al Oeste con Zacazonapan (INEGI 2010).



Lista de Localidades y pueblos en el Municipio de Temascaltepec:

Barrio de Cantarranas

- Barrio la Cascada (Barrio del Varal)
- Barrio la Magdalena (La Magdalena)
- Cajones
- Carnicería
- Cieneguillas de González (Cieneguillas)
- Cieneguillas de Labra
- Ejido Real de Arriba
- El Capulín
- El Cerro Pelón
- El Chilar del Ejido de las Trancas
- El Peñón
- El Salitre
- El Salitre
- El Tule
- El Varal
- Fraccionamiento Campestre
- Fraccionamiento Campestre Rancho Viejo
- Granjas de Cieneguillas
- Hoyos de Vázquez
- Jesús del Monte
- La Albarrada (San Francisco la Albarrada)
- La Comunidad
- La Cumbre
- La Estancia de Tequesquipan
- La Finca
- La Guacamaya
- La Laguna
- La Loba
- La Orejeta
- Labor las Cabras
- Lampazos
- Las Mesas de Real de Arriba
- Las Trancas
- Los Ocotes
- Los Timbres
- Manzana de Tequesquipan (Las Manzanas)
- Manzana del Jabalí
- Mesón Viejo
- Milpas Viejas
- Mina del Rincón
- Paredones

- Pedregales de Tequesquipan
- Plan de Vigas
- Potrero de San José (La Rinconada)
- Potrero de Tenayac
- Pueblo Nuevo
- Real de Arriba
- Rincón de Atarasquillo
- Rincón de San Andrés
- Rincón de Tequesquipan
- San Andrés de los Gama
- San Antonio Albarranes
- San Francisco Oxtotilpan
- San José
- San Juan
- San Lucas del Pulque
- San Martín Tequesquipan (Tequesquipan)
- San Mateo Almomoloa
- San Miguel Oxtotilpan
- San Pedro Tenayac
- San Sebastián Carboneras (Carboneras)
- Santanas
- Telpintla
- Temascaltepec de González

3.3. Población e Integración Territorial

EL municipio de Temascaltepec, de acuerdo al INEGI (2010), cuenta con una población de 32,870 habitantes de los cuales 16,728 son mujeres el cual corresponde 50.9% y 16,142 los cuales son hombres y corresponde al que corresponde al 49.1% de la población.

El territorio del municipio se integra por una cabecera municipal en la categoría de Villa que incluye 13 barrios, además de 46 delegaciones, y 11 subdelegaciones, (Bando Municipal, 2017), de los cuales en su totalidad corresponde a localidades rurales.

3.4. Indicadores Sociales y Económicos

Los indicadores de desarrollo social y económico son uno de los elementos más importantes que para conocer de manera más detallada la dinámica social en la que se encuentra el municipio además son variables que influyen en el comportamiento social y electoral de los ciudadanos

Algunos de los elementos más importantes son la educación, la salud, el empleo, la pobreza, y los indicadores económicos con los que se cuenta el municipio las cuales han sido vigentes para el estudio del comportamiento electoral como lo señala Alejandro Moreno, *El Perfil del Votante Mexicano* (2003).

En cuanto a educación el municipio cuenta con una infraestructura de 56 Preescolares, 59 escuelas de nivel Primaria, 35 secundarias, 26 escuelas de nivel superior y dos de educación superior en las cuales se encuentra una Unidad Académica Profesional de la UAEM, dando un total de 201 escuelas en las cuales se encuentran inscritos 13, 138 alumnos (Estadística Básica Municipal, 2016:6)

Otro de los indicadores es el empleo de los cuales de acuerdo al IGCEM (2015), existe un total de 23, 088 personas con alguna actividad económica activa mayores de 12 años, entre las actividades económicas destacan la agricultura, pesca y caza por ser un municipio rural y en segundo término la industria y los servicios, por el otro lado se encuentran 14 282 ciudadanos que representan a los que no tienen alguna actividad económica (empleo) entre ellos destacan las amas de casa como una actividad económica no remunerada.

3.5. Padrón Electoral y Lista nominal

La lista nominal en el caso del municipio de Temascaltepec cuenta con un padrón de electores el cual se integra por 23,116 ciudadanos y una lista nominal de 22,829 (IEEM, 2017) el cual se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro 3.1 Padrón electoral y Lista nominal en Temascaltepec

Municipio de Temascaltepec					
Padrón Electoral			Lista nominal		
Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
11,041	12,075	23,116	10,897	11,922	22,819

Fuente: <http://www.ieem.org.mx/acerca/definicion.html>

Las diez comunidades con mayor padrón electoral en el municipio de Temascaltepec:

- Temascaltepec de González
- San Mateo Almomoloa
- San Miguel Oxtotilpan
- La comunidad
- San Andrés de los Gama
- San Pedro Tenayac
- San Sebastián Carboneras
- San Lucas del Pulque
- Potrero de Tenayac
- San Antonio Albarranes

Además, Temascaltepec se encuentra dentro del Distrito Local Electoral 10 con cabecera en el municipio de Valle de Bravo el cual también comparten los siguientes municipios de Amanalco, Donato Guerra, Ixtapan del Oro, Oztoloapan, San Simón De Guerrero, Santo Tomas, Temascaltepec, Texcaltitlán, Valle de Bravo, Villa de Allende, Villa Victoria y Zacazonapan (IEEM,2017)

3.6. Resultados electorales 2000- 2015

Los resultados electorales son el reflejo de los votantes por ello con base en datos del IEEM (2017) se elaboró la siguiente tabla que muestra cual ha sido el comportamiento electoral del municipio de Temascaltepec de los últimos seis periodos electorales (2000-2015) en el cual históricamente ha ganado el Partido Revolucionario Institucional.

Además, este cuadro sirve de base para saber qué es lo que le ha faltado a la oposición para ser gobierno, también es importante señalar que la participación política va en aumento en el municipio de Temascaltepec y que se puede apreciar que hay un tripartidismo entre el PRI, PAN y PRD quienes mantienen una votación constante.

Cuadro 3.2. Resultados electorales del municipio de Temascaltepec 2000-2015													
AÑO	PAN	%	PRI	%	PRD	%	PT	%	VERDE	%	Nueva Alianza	%	Participación %
2000	3,824	40.71%	4,165	44.35%	763	8.12%	75	0.79%	49	0.52%	*		63.60%
2003	4,115	40.88%	4,897	47.88%	641	6.27%	150	1.47%		*	*	*	63.34%
2006	3,546	33.60%	4,746	44.97%	1179	11.17%	721	6.83%	*	*	*	*	59.26%
2009	3,696	27.46%	5,030	37.38%	3151	23.41%	544	4.04%	2106	0.79%	90	0.67%	66.72%
2012	4,601	29.49%	5,506	35.29%	4528	29.02%	173	1.11%	*	*	*	*	73.29%
2015	4,450	27.88%	6,661	41.74%	3702	23.19%	117	0.73%	185	1.15%	206	1.29%	71.81%

Fuente: Elaboración propia con información del IEEM (2017)

Por tratarse de un municipio rural en su mayoría, con poca población y ciudadanos originarios del Estado de México, presenta un comportamiento recurrente en este tipo de municipios, una participación electoral alta, siempre superior al promedio estatal, además que en los últimos dos procesos electorales correspondientes a 2012 y 2015 alcanzó más del 70%, asimismo, el partido que gana lo hace con más del 35 por ciento de la votación.

Como vemos en la tabla anterior que muestra la votación obtenida por cada partido político participante durante cada proceso electoral la participación electoral ha variado en cada elección sube y baja tanto como la votación como la participación ciudadana de cada partido político.

En el PAN nos damos cuenta que con mayor número de votación es menor el número de participación ciudadana y en la elección donde hay más participación ciudadana obtuvo menos votación el partido. En las elecciones del 2000 por ejemplo el PAN obtuvo 3824 votos que es poca votación comparándola a las de las últimas dos elecciones pero su nivel de participación fue de 40.71% lo mismo para con el PRI entre mayor votación la participación electoral es menos por parte de los ciudadanos donde cambia totalmente es con el PRD y es por eso que el nivel de participación de los otros partidos ha ido disminuyendo debido a que en cifras el PRD ha ido en aumento en mayor cantidad a partir del periodo 2006.

En General el nivel de participación del votante temascaltepequense se ha mantenido aunque a nivel es poca votación con el padrón electoral que se tiene la participación a nivel general no llega al 60% y el abstencionismo rebasa el 40% de la lista nominal.

El comportamiento de los votantes en Temascaltepec ha incrementado durante las últimas elecciones el PRI ha aumentado en cada una de las elecciones el PAN es el partido que más ha variado durante las últimas elecciones sube y baja su votación y sin lugar a duda el PRD con gran crecimiento y participación durante los procesos electorales.

El comportamiento electoral en Temascaltepec se ha modificado en los últimos años, pues de un bipartidismo entre el PAN y el PRI hasta 2006 ha pasado a un sistema tripartidista en el que el PRD ha ganado fuerza, lo que ha generado que el partido ganador, que hasta ahora siempre ha sido el PRI, logre la victoria con un menor porcentaje de votos. Sin embargo, el incremento de la participación también ha generado que aunque disminuye su porcentaje de votación, el número de votos con los que logra el triunfo sea mayor.

Mientras que el PRD ha crecido estrepitosamente en los últimos años, de 2006 para acá, y el PAN mantiene una votación constante en lo que se refiere a su número de votos.

El número de votos del Partido Revolucionario Institucional ha ido en aumento desde las elecciones en el año 2000, nunca ha disminuido su votación desde esa elección se mantiene o sube pero no menor que 4,165 votos que fue con los que obtuvo el triunfo en esa elección, ha disminuido su participación debido a que gran parte de los ciudadanos han optado por el cambio y de antes no salir a votar y abstenerse en no participar en ningún proceso electoral ahora lo hacen participando y ejerciendo su derecho al voto con partidos diferentes como el PAN y el PRD que sin duda alguna ha crecido drásticamente en las últimas tres elecciones.

El PRD ha incrementado su votación por un comportamiento claro de ir en contra al partido que siempre ha gobernado, su principal causa de crecimiento es la falta de acuerdos que ha dejado pasar el Partido Acción Nacional, los números lo dicen, Acción Nacional es la segunda fuerza política en el municipio y el mismo al no consolidar acuerdos tanto al interior como con otras corrientes genera filtraciones de oposición fortaleciendo en votos propiamente al PRD, en Temascaltepec no ha existido alternancia por que la oposición no ha consolidado acuerdos, pero claro el crecimiento de este partido ha crecido en gran parte por liderazgos dentro del municipio que han intentado ver otra forma de gobierno y que gracias a esto ha incrementado la participación electoral dentro de las votaciones ya que como nos damos cuenta el PAN y PRI han mantenido sus votos duros durante cada proceso electoral.

Como lo menciona Anduiza y Bosch (2005) el comportamiento electoral es diferenciado cuando se trata de elecciones concurrentes y elecciones intermedias, si bien en los municipios del Estado de México de tipo rural la participación no varía demasiado cuando se trata de una u otra elección, sin embargo, sí tiene un ligero aumento en elecciones presidenciales, como se muestra en la tabla previa.

Las elecciones concurrentes sin duda alguna influyen mucho dentro de las decisiones de los votantes en Temascaltepec el efecto que causa las campañas federales tiene mucho que ver con la decisión de los votantes incluso con la participación durante el proceso electoral hay más participación en elecciones concurrentes. Algo que en lo personal veo un problema difícil gran parte de la sociedad de Temascaltepec no sabe dividir el voto es decir optar por opciones diferentes en los diferentes cargos públicos que se están eligiendo, generalizan su voto y cuando son elecciones intermedias el votante tiene claro por quien va su voto y más conocimiento sobre los candidatos de cada partido así como las propuestas de cada uno.

El siguiente cuadro muestra cuales han sido el partido o la coalición ganadora de las elecciones de Ayuntamiento del municipio de Temascaltepec que abarcan el periodo del año 2000 al 2015. El cual ha ganado históricamente el PRI o la Coalición que encabeza este partido.

Cuadro 3.3 Presidentes Municipales y Partidos Ganadores.

AÑO	PARTIDO O COALICIÓN GANADORA	PRESIDENTE MUNICIPAL
2000	PRI	Francisco Montes de Oca
2003	PRI-PVEM	Darío Basurto González
2006	PRI	Noé Berrueta Barón
2009	PRI-PVEM NA	Hugo Ernesto Jaramillo Colín
2012	PRI-PVEM-NA	José Alejandro Galicia Núñez
2015	PRI	Noé Barrueta Barón

Fuente: elaboración propia con información de INAFED (2015)

A través de datos empíricos he generado cuatro hipótesis que podrían explicar por qué el PRI siempre ha ganado las elecciones, las cuales serán comprobados a través de los datos de encuestas y el diagnóstico socioeconómico del municipio, las cuales son:

1.- El PRI tiene una estructura muy fortalecida tanto en lo territorial como en lo electoral ha sabido aprovechar el poder político que le da el H. Ayuntamiento, ya que es su bastión para tener dentro de su nómina a toda su estructura.

2.- La ideología y la situación económica de la gente ha contribuido a su permanencia dentro de las administraciones públicas, ya que dedican gran porcentaje de los programas sociales a las zonas más marginadas haciendo creer que son beneficios que se otorgan a título personal.

3.- Falta de acuerdos en la oposición así como una buena planeación en las campañas políticas de candidatos de oposición ha también contribuido a que no se llegue el mensaje y las propuestas hasta todos los rincones del municipio, falta de un proyecto innovador y de estructuras trabajadas con anticipación, contribuye a la victoria del revolucionario institucional.

Capítulo IV: Resultados de la investigación de campo

A partir de las teorías del comportamiento electoral analizadas, se diseñó un cuestionario que fuera útil para el estudio del votante de Temascaltepec a través de las tres perspectivas teóricas: la teoría social, la teoría psicológica y la elección racional. A partir de ello, se realizó una muestra de 263 cuestionarios con error muestral 6% y un nivel de confianza al 95%.

Los resultados se han agrupado en las tres grandes escuelas del comportamiento electoral, para generar con ello el cruce de las variables socioeconómicas con las cuestiones más relevantes de cada una de ellas. Se ha dado un especial énfasis en el tema de la edad y la escolaridad, dado que son, desde la perspectiva de esta tesis las variables explicativas del comportamiento electoral en el municipio. Para la edad se ha recurrido a la agrupación de rangos, generando así tres grandes grupos: (1) jóvenes, (2) adultos y (3) adultos mayores, a lo que se ha denominado etapas de vida. Para la cuestión de la escolaridad, se ha mantenido el máximo grado de estudios agrupado en: (1) primaria, (2) secundaria, (3) preparatoria, (4) licenciatura y (5) carrera técnica.

Finalmente, se le da un énfasis especial a las cuestiones de clientelismo que es el tema fundamental de este trabajo. A continuación se presentan los cruces de variables más significativos para el estudio.

4.1. Enfoque sociológico.

4.1.1. Género

Género y participación.

En la siguiente tabla muestra la clasificación de hombre y mujeres y el porcentaje que sí participó en los pasados procesos electorales para renovar el ayuntamiento de Temascaltepec.

Cuadro 4.1. Género y participación

	¿Usted voto en las pasadas elecciones?		Total
	Si	No	
Género del Hombre entrevistado	60.3%	39.7%	100.0%
Mujer	78.0%	22.0%	100.0%
Total	70.3%	29.7%	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de la investigación

Como lo muestra el cuadro anterior las mujeres son las que más tienden a votar en los procesos electorales, dicha tendencia no es exclusiva de Temascaltepec, sino que también lo comenta Eva Anduiza y Bosch en sus textos y un estudio del otrora IFE va en el mismo sentido, por lo que en el caso de estudio es claro que el género sí es una variable que influye para decidir acudir a las urnas.

Género e identificación partidista

En el siguiente cuadro nos muestra los intereses políticos partidarios de hombres y mujeres.

Cuadro 4.2. Género y preferencia partidista

	¿Cuál es el partido que mejor representa sus intereses políticos?							Total
	PAN	PRI	PRD	PT	MORENA	Otro	OTRO	
Género del Hombre entrevistado	25.9%	38.8%	14.7%	4.3%	.9%	2.6%	12.9%	100.0%
Mujer	36.7%	35.3%	7.3%	.7%	4.7%	1.3%	14.0%	100.0%
Total	32.0%	36.8%	10.5%	2.3%	3.0%	1.9%	13.5%	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de la investigación

Como vemos en el cuadro el PRI es el partido que el ciudadano considera que representa mejor sus intereses políticos, sin embargo, no hay una distinción mayor entre el género de los que prefieren a este partido. En el caso del PAN sí existe una diferencia significativa entre los hombres y las mujeres que lo ven como la mejor opción, siendo el 25.9% de los hombres y el 36.7% de las mujeres que así lo expresan.

4.1.2. Escolaridad

Escolaridad y participación

En el siguiente cuadro nos muestra la clasificación según los estudios que tiene cada ciudadano comparando con si participo o no en los procesos electorales.

Cuadro 4.3. Escolaridad y participación

		¿Usted voto en las pasadas elecciones?		Total
		Si	No	
Máximo grado de estudios del entrevistado	Primaria	95.2%	4.8%	100.0%
	Secundaria	68.2%	31.8%	100.0%
	Preparatoria	63.2%	36.8%	100.0%
	Licenciatura	70.0%	30.0%	100.0%
	Carrera Técnica	84.6%	15.4%	100.0%
Total		70.3%	29.7%	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de la investigación

Existe una gran diferencia ya que como lo muestra la tabla los que tienen menor estudios son los ciudadanos que más votan le sigue los de carrera técnica y en tercer lugar los ciudadanos que tienen una licenciatura, a diferencia de los ciudadanos que no participan son los que tienen preparatoria con el mayor porcentaje y en segundo lugar los de secundaria.

Escolaridad e identificación partidista.

En el siguiente cuadro vemos la preferencia partidista de cada ciudadano dependiendo el nivel de estudios que tienen.

Cuadro 4.4. Escolaridad y preferencia partidista

		¿Cuál es el partido que mejor representa sin intereses políticos?						Total	
		PAN	PRI	PRD	PT	MORENA	Otro		OTRO
Máximo grado de estudios del entrevistado	Primaria	42.9%	52.4%		4.8%				100.0%
	Secundaria	33.3%	42.4%	10.6%	1.5%	3.0%		9.1%	100.0%
	Preparatoria	35.5%	36.8%	9.2%	3.9%	3.9%	1.3%	9.2%	100.0%
	Licenciatura	23.3%	28.9%	14.4%	1.1%	3.3%	4.4%	24.4%	100.0%
	Carrera Técnica	46.2%	38.5%	7.7%				7.7%	100.0%
Total		32.0%	36.8%	10.5%	2.3%	3.0%	1.9%	13.5%	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de la investigación

Como vemos en el cuadro anterior tanto en el PAN como en el PRI los ciudadanos que cuentan solamente con la primaria son los que mejor representan sus intereses políticos. En segundo lugar por parte del PRI los ciudadanos que cuentan con secundaria aquí nos damos cuenta que los ciudadanos que menos estudios tienen se representan mejor con el partido rojo. El segundo lugar por parte de él pan son los ciudadanos que cuentan con una carrera técnica aquí si existe mayor diferencia en cuestión de grados de estudio.

Escolaridad e importancia del candidato

En el siguiente cuadro muestra la importancia que es el candidato para decidir el voto de cada ciudadano.

Cuadro 4.5. Escolaridad y importancia del voto

		¿Qué tan importante es el candidato para decidir su voto?			Total
		Nada importante	Importante	Muy importante	
Máximo grado de estudios del entrevistado	Primaria	28.6%	38.1%	33.3%	100.0%
	Secundaria	27.3%	56.1%	16.7%	100.0%
	Carrera Técnica	7.7%	76.9%	15.4%	100.0%
	Preparatoria	21.1%	53.9%	25.0%	100.0%
	Licenciatura	28.9%	41.1%	30.0%	100.0%
Total		25.2%	50.0%	24.8%	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de la investigación

En general no es ni muy importante ni tampoco nada importante ya que los más altos porcentajes en todos los niveles de estudio es importante el candidato para decidir su voto, los ciudadanos que cuentan con carrera técnica son los que más les importa el candidato para decidir su voto. Para el ciudadano temascaltepequense considera que el candidato es importante al momento de definir su voto, quienes le dan mayor relevancia son las personas que tienen estudios de preparatoria y licenciatura, es decir, que conforme aumenta la edad también aumenta la importancia que le dan a esta variable.

4.1.3. Etapas de vida. (Elaboración propia a partir de la base de datos de investigación)

Etapas de vida y participación.

El siguiente cuadro nos muestra que ciudadano dependiendo sus estudios son los que más participan en los procesos electorales.

Cuadro 4.6. Grupos de edad y participación

	¿Usted voto en las pasadas elecciones?		Total
	Si	No	
Etapas de vida			
Jóvenes	63.4%	36.6%	100.0%
Adultos	81.8%	18.2%	100.0%
Adultos mayores	78.6%	21.4%	100.0%
Total	70.3%	29.7%	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de la investigación

En el cruce de etapas de vida y participación en la última elección, nuevamente se encuentra sustento para lo señalado por Anduiza y Bosch respecto a la edad, pues es visible que conforme disminuye la edad también lo hace el nivel de participación, siendo en el caso del municipio en cuestión los adultos quienes más votan representados por el 81.8%, seguidos por los adultos mayores con el 78.6% y finalmente los jóvenes con el 63.4%.

Etapas de vida e identificación partidista

En el siguiente cuadro vemos la identificación partidista del votante Temascaltepequense según las etapas de vida de cada uno.

Cuadro 4.7. Grupos de edad y preferencia partidista

		¿Cuál es el partido que mejor representa sin intereses políticos?						Total	
		PAN	PRI	PRD	PT	MORENA	Otro		OTRO
Etapas de vida	Jóvenes	28.7%	35.4%	12.8%	2.4%	3.0%	3.0%	14.6%	100.0%
	Adultos	34.1%	42.0%	6.8%	2.3%	3.4%		11.4%	100.0%
	Adultos mayores	57.1%	21.4%	7.1%				14.3%	100.0%
Total		32.0%	36.8%	10.5%	2.3%	3.0%	1.9%	13.5%	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de la investigación

Respecto a la identificación partidista con relación a las etapas de vida, el PRI es el partido con el que más se identifican tanto los jóvenes como los adultos, con un 35.4% y un 42% respectivamente. Sin embargo, en los adultos mayores es el PAN el que mejor los representa, con más de la mitad de este sector que manifiesta esta preferencia.

Etapas de vida e importancia del candidato

En el último cuadro respecto al enfoque sociológico nos dice qué importancia tiene el candidato dependiendo la etapa de vida de cada ciudadano.

Cuadro 4.8. Grupos de edad e importancia del voto

	¿Qué tan importante es el candidato para decidir su voto?			Total
	Nada importante	Importante.	Muy importante	
Etapas de vida				
de Jóvenes	21.3%	51.8%	26.8%	100.0%
Adultos	33.0%	47.7%	19.3%	100.0%
Adultos mayores	21.4%	42.9%	35.7%	100.0%
Total	25.2%	50.0%	24.8%	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de la investigación

De igual manera en general es importante y muy importante en segundo o lugar el candidato para decidir su voto en jóvenes, adultos y adultos mayores.

4.2. Modelo de Michigan (Teoría psicológica)

(Elaboración propia a partir de la base de datos de investigación)

Como fue descrito en el marco teórico, este enfoque explica el comportamiento electoral a través de variables como la identificación partidista, el interés en asuntos políticos, en las campañas electorales, etc. Para ello, en el diseño del cuestionario se recurrió a preguntar al encuestado cuál era el partido que mejor representaba sus intereses, así como si acudió a votar en la elección previa, su participación en mítines políticos y la importancia del candidato y las propuestas en el sentido de su voto. A continuación se presentan los cruces más relevantes para este enfoque.

Identificación partidista y participación.

En el siguiente cuadro nos muestra la clasificación sobre intereses políticos y si votaron o no en las pasadas elecciones esto clasificando cada partido.

Cuadro 4.9. Partido y participación electoral

	¿Usted voto en las pasadas elecciones?		Total
	Si	No	
¿Cuál es el PAN	78.8%	21.2%	100.0%
partido que			
mejor PRI	70.4%	29.6%	100.0%
representa			
sin intereses			
políticos? PRD	67.9%	32.1%	100.0%
PT	50.0%	50.0%	100.0%
MORENA	50.0%	50.0%	100.0%
Otro	60.0%	40.0%	100.0%
OTRO	61.1%	38.9%	100.0%
Total	70.3%	29.7%	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de la investigación

Como vemos en el cuadro anterior la mayoría que representan los intereses políticos de las tres primeras fuerzas políticas en Temascaltepec ejercieron su derecho del voto, respecto a los que no votaron con el mayor porcentaje fueron los del PRD y PRI.

Identificación partidista e importancia de las propuestas.

En el siguiente cuadro vemos que tan importante son las propuestas de los candidatos para decidir el voto esto desde los intereses políticos de casa ciudadano y su partido con el que se representan.

Cuadro 4.1.1 Preferencia partidista y propuestas de candidatos

	¿Qué tan importante son las propuestas de los candidatos para decidir su voto?			Total
	Nada importante	Importante	Muy importante	
¿Cuál es el partido que mejor representa sin intereses políticos?				
PAN	7.1%	44.7%	48.2%	100.0%
PRI	8.2%	56.1%	35.7%	100.0%
PRD	14.3%	60.7%	25.0%	100.0%
PT		50.0%	50.0%	100.0%
MORENA	12.5%	12.5%	75.0%	100.0%
Otro		40.0%	60.0%	100.0%
OTRO	33.3%	30.6%	36.1%	100.0%
Total:	11.7%	47.7%	40.6%	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de la investigación

Los panistas dicen que son muy importante las propuestas de su candidato para reafirmar su voto, los Priistas dicen que solo es importante las propuestas de igual forma los Perredistas. En general para los ciudadanos si importan las propuestas para reafirmar el voto por el partido en el cual se identifican.

Identificación partidista e importancia de las propuestas

En el siguiente cuadro vemos que opinan si es importante o no su candidato para cada ciudadano con intereses políticos de los distintos partidos.

Cuadro 4.1.2 Preferencia partidista e importancia del voto

	¿Qué tan importante es el candidato para decidir su voto?			Total
	Nada importante	Importante	Muy importante	
¿Cuál es el partido que mejor representa sin intereses políticos?				
PAN	20.0%	50.6%	29.4%	100.0%
PRI	23.5%	56.1%	20.4%	100.0%
PRD	25.0%	57.1%	17.9%	100.0%
PT	33.3%	33.3%	33.3%	100.0%
MORENA	25.0%	12.5%	62.5%	100.0%
Otro	40.0%	40.0%	20.0%	100.0%
OTRO	38.9%	38.9%	22.2%	100.0%
Total	25.2%	50.0%	24.8%	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de la investigación

Como vemos en el cuadro anterior el votante Temascaltepequense se fija bastante y es importante quien es su candidato para reafirmar su voto realmente son muy pocos los que no se fijan en el candidato y a eso es el voto duro de cada partido político.

4.3. Clientelismo. (Elaboración propia a partir de la base de datos de investigación)

Respecto al clientelismo tiene mucho que ver como lo vimos en el marco teórico la forma que lo practican los partidos políticos en el municipio de Temascaltepec dentro de las pasadas tres elecciones quienes participan lo hacen buscando obtener el mayor beneficio individual o hasta grupal a cambio de su voto , se cuestionó de diferentes formas y se tomaron en cuenta las preguntas necesarias en el cuestionario aplicado a los votantes temascaltepequenses, como la primera pregunta y principal sobre qué tan de acuerdo están que los partidos regalen bienes materiales a cambio del voto. A continuación se presentan los datos más significativos desde este enfoque.

En la siguiente tabla vemos que opinan los votantes temascaltepequenses respecto a que los candidatos regalen bienes materiales a cambio del voto.

Cuadro 4.13 ¿Qué tan de acuerdo esta que los candidatos y partidos regalen bienes a cambio del voto?

% within Etapas de vida

	Etapas de vida			Total
	Jovenes	Adultos	Adultos mayores	
¿Qué tan de acuerdo esta que los candidatos y partidos regalen bienes a cambio del voto?				
Nada de acuerdo	62.8%	53.4%	57.1%	59.4%
De acuerdo	31.7%	35.2%	28.6%	32.7%
Muy de acuerdo	5.5%	11.4%	14.3%	7.9%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de la investigación

Como vemos en el cuadro anterior es muy poco el porcentaje que no están de acuerdo en que los candidatos y partidos regalen bienes materiales a cambio del voto pero lo hacen, el porcentaje más alto de los ciudadanos que están de acuerdo son los adultos.

En el siguiente cuadro vemos que haría la ciudadanía de temascaltepec si ven a candidatos o partidos regalar bienes materiales a cambio del voto, esto clasificado en etapas de vida.

Cuadro 4. 14 ¿Qué haría si observa a un candidato ofrece un apoyo material por el voto?

	Etapas de vida			Total
	Jovenes	Adultos	Adultos mayores	
¿Qué haría si observa a un candidato ofrece un apoyo material por el voto				
Lo denuncio	42.7%	39.8%	35.7%	41.4%
Solo observo	29.3%	18.2%	21.4%	25.2%
Me acerco al candidato y pido un apoyo	12.2%	15.9%		12.8%
Solicito que apoye a mas gente	15.9%	26.1%	42.9%	20.7%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de la investigación

Como vemos en el cuadro anterior los jóvenes son lo que denunciarían si observan algún tipo de clientelismo le siguen los adultos, el que solo observen es muy parejo el porcentaje que nos arroja el cuadro donde se hace notar la diferencia es si los adultos mayores ven una irregularidad por parte de algún candidato o partido político preferiría solicitar y apoyar a más gente.

En el siguiente cuadro es similar al pasado pero tomando en cuenta cada que tiempo los partidos o candidatos deben dar bienes materiales a cambio del voto

Cuadro 4.15 ¿Qué tan frecuente los partidos políticos y el gobierno deben dar apoyos por el voto?

% within Etapas de vida

	Etapas de vida			Total
	Jovenes	Adultos	Adultos mayores	
¿Qué tan frecuente los partidos políticos y el gobierno deben dar apoyos por el voto?				
Nunca	57.9%	39.8%	42.9%	51.1%
Cada mes	25.6%	42.0%	42.9%	32.0%
Cada seis meses	3.7%	6.8%	7.1%	4.9%
Cada año	4.3%	5.7%	7.1%	4.9%
Cada elección	8.5%	5.7%		7.1%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de la investigación

El porcentaje más alto y dicen que nunca deben dar bienes materiales a cambio del voto son los jóvenes, y los adultos o adultos mayores siguen a favor diciendo que se deben de dar apoyo cada mes o mínimo cada seis meses que sea el apoyo cada elección están en desacuerdo la mayoría.

En el siguiente cuadro la clasificación se hace por grado de estudios.

Cuadro 4.16 ¿Qué tan de acuerdo esta que los candidatos y partidos regalen bienes a cambio del voto?

	Máximo grado de estudios del entrevistado					Total
	Primaria	Secundaria	Preparatoria	Licenciatura	carrera técnica	
¿Qué tan de acuerdo esta que los candidatos y partidos regalen bienes a cambio del voto?						
Nada de acuerdo	57.1%	40.9%	57.9%	77.8%	38.5%	59.4%
De acuerdo	33.3%	50.0%	34.2%	16.7%	46.2%	32.7%
Muy de acuerdo	9.5%	9.1%	7.9%	5.6%	15.4%	7.9%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de la investigación

En este cuadro nos damos cuenta que entre menos estudios tenga el ciudadano más están de acuerdo en que los partidos regalen bienes materiales a cambio del voto

En el siguiente cuadro vemos que harían los ciudadanos de Temascaltepec si ven algún partido político o candidato regalar bienes materiales dependiendo el grado de estudio.

Cuadro 4.17 ¿Qué haría si observa a un candidato ofrece un apoyo material por el voto

	Máximo grado de estudios del entrevistado					Total
	Primaria	Secundaria	Preparatoria	Licenciatura	carrera técnica	
¿Qué haría si observa a un candidato ofrece un apoyo material por el voto						
Lo denuncio	47.6%	27.3%	39.5%	53.3%	30.8%	41.4%
Solo observo	19.0%	24.2%	25.0%	27.8%	23.1%	25.2%
Me acerco al candidato y pido un apoyo		19.7%	13.2%	8.9%	23.1%	12.8%
Solicito que apoye a mas gente	33.3%	28.8%	22.4%	10.0%	23.1%	20.7%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de la investigación

Los ciudadanos de Temascaltepec que cuentan con una licenciatura gran parte denunciarían si ven regalar bienes materiales a cambio del voto, con esto nos damos cuenta que entre menos estudio aceptarían más la compra del voto.

En el siguiente cuadro la clasificación es cada cuanto se debe dar apoyos a los ciudadanos a cambio del voto analizándolo desde el grado de estudios del ciudadano.

Cuadro 4. 18 ¿Qué tan frecuente los partidos políticos y el gobierno deben dar apoyos por el voto?

	Máximo grado de estudios del entrevistado					Total
	Primaria	Secundaria	Preparatoria	Licenciatura	carrera técnica	
¿Qué tan frecuente los partidos políticos y el gobierno deben dar apoyos por el voto?						
Nunca	23.8%	42.4%	51.3%	66.7%	30.8%	51.1%
Cada mes	52.4%	42.4%	26.3%	22.2%	46.2%	32.0%
Cada seis meses	9.5%	7.6%	6.6%		7.7%	4.9%
Cada año	4.8%	4.5%	5.3%	3.3%	15.4%	4.9%
Cada elección	9.5%	3.0%	10.5%	7.8%		7.1%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de la investigación

Los resultados son claros y con bastante diferencia entre más estudios tenga el votante menos acepta ni está de acuerdo con que se del clientelismo los ciudadanos con licenciatura más de la mitad dice que nunca deben de dar apoyos a cambio del voto, por otra parte los que cuentan con primaria y secundaria gran parte dice que cada mes se deben de dar apoyos para así hacer reciproco el voto del votante.

En el siguiente cuadro la clasificación está por actividad laboral del entrevistado.

Cuadro 4.19 ¿Qué tan de acuerdo esta que los candidatos y partidos regalen bienes a cambio del voto? *

	Actividad laboral del entrevistado					Estudia	Total
	Campo	Comercio	Ama de casa	No trabaja	H. Ayuntamiento		
¿Qué tan de acuerdo esta que los candidatos y partidos regalen bienes a cambio del voto?							
Nada de acuerdo	58.8%	45.8%	55.4%	52.6%	40.0%	73.1%	59.4%
De acuerdo	32.4%	44.1%	35.7%	36.8%	60.0%	21.5%	32.7%
Muy de acuerdo	8.8%	10.2%	8.9%	10.5%		5.4%	7.9%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de la investigación

Los resultados que arroja el cuadro anterior es que la gente del campo dedicada al comercio que son de las actividades principales en el municipio están de acuerdo que los candidatos regalen bienes materiales a cambio del voto, una gran parte del personal que trabaja en el H. Ayuntamiento dice que también está de acuerdo aquí es un dato importante ya que podrían ser ellos parte de que se del clientelismo en Temascaltepec, los ciudadanos que cuenta con una licenciatura son los que no están nada de acuerdo que exista el clientelismo.

En el siguiente cuadro clasificamos que opinan del clientelismo por actividad laboral del entrevistado.

Cuadro 4. 20 ¿Qué haría si observa a un candidato ofrece material por el voto

	Actividad laboral del entrevistado					Estudia	Total
	Campo	Comercio	Ama de casa	No trabaja	H. Ayuntamiento		
¿Qué haría si observa a un candidato ofrecer un apoyo material por el voto?							
Lo denuncio	44.1%	33.9%	41.1%	31.6%	40.0%	47.3%	41.4%
Solo observo	17.6%	23.7%	25.0%	31.6%	20.0%	28.0%	25.2%
Me acerco al candidato y pido un apoyo	20.06%	13.6%	10.7%	21.1%	20.0%	8.6%	12.8%
Solicito que apoye a más gente	17.6%	28.8%	23.2%	15.8%	20.0%	16.1%	20.7%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de la investigación

Como lo vimos anteriormente la gran mayoría dice que denunciaría si ven algún partido o candidato regalar algún bien material, pero no lo hacen y al contrario participan en este acto gran parte de la ciudadanía.

En el último cuadro referente al clientelismo se hace la clasificación sobre qué opinan la ciudadanía dependiendo la actividad laboral sobre cada que tiempo los candidatos o partidos políticos deben dar apoyos a cambio del voto.

Cuadro 4.21 ¿Qué tan frecuente los partidos políticos y el gobierno deben dar apoyos por el voto? *

	Actividad laboral del entrevistado					Estudia	Total
	Campo	Comercio	Ama de casa	No trabaja	H. Ayuntamiento		
¿Qué tan frecuente los partidos políticos y el gobierno deben dar apoyos por el voto?							
Nunca	44.1%	30.5%	51.8%	47.4%	40.0%	67.7%	51.1%
Cada mes	35.3%	42.4%	35.7%	31.6%	60.0%	20.04%	32.0%
Cada seis meses	5.9%	11.9%	3.6%	5.3%		1.1%	4.9%
Cada año	8.8%	5.1%	3.6%	10.5%		3.2%	4.9%
Cada elección	5.9%	10.02%	5.4%	5.3%		7.5%	7.1%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de la investigación

En el cuadro anterior vemos que las mujeres amas de casa dicen que nunca se debe dar apoyos a cambio del voto, nuevamente la gente que colabora dentro del Ayuntamiento más de la mitad dice que cada mes se debe de dar algún bien material a cambio del voto de igual manera la gente que se dedica al campo y al comercio, con esto nos damos cuenta que entre menos estudios tenga el ciudadano más está de acuerdo que se practique el clientelismo como también los y las ciudadanas que colaboran dentro del H. Ayuntamiento.

Conclusiones.

Una vez analizada la información recabada en el estudio de caso, se pueden establecer las siguientes conclusiones:

- Temascaltepec es uno de los municipios que presenta mayor participación en el Estado de México, esta tendencia se ve reflejada en una mayor votación hacia el PRI, que ha provocado que se mantenga entre los seis municipios que nunca han tenido alternancia en su ayuntamiento.
- Los altos niveles de preferencia hacia el PRI se explican en parte porque es el partido con el que la mayor parte de los sectores de la población se identifican, lo que ha coadyuvado a que el municipio se mantenga sin alternancia. Siendo los jóvenes y adultos y las personas de menor escolaridad quienes sienten mayor representación de sus intereses en ese partido.
- Se consideraron en el trabajo de investigación las tres corrientes de la escuela de comportamiento electoral, sin embargo, no se puede optar por una exclusivamente para definir el análisis en Temascaltepec, cada una aportó para las distintas etapas de la investigación, aportaciones que se detallan a continuación.
- La teoría sociológica permitió identificar ciertos clivajes socioeconómicos que determinan que algunos sectores participen más, los hombres menos que las mujeres, los jóvenes menos que los adultos. Asimismo, en el tema de la identificación partidista permite vislumbrar que las mujeres, los adultos y las personas con menores estudios son las que más se identifican con el PRI.

- Diversas de las hipótesis de Aduiza y Bosch en su libro “Comportamiento político y electoral” son válidas para el caso de Temascaltepec a través de los resultados del estudio de campo. La edad, la escolaridad y el género son variables que permiten hacer una diferencia clara entre quienes votan y quienes deciden no hacerlo. La tendencia de adultos, mayor escolaridad y mujeres a acudir en mayor proporción es evidente en los resultados mostrados. En el mismo sentido, se demostró que en los grupos más jóvenes y de adultos mayores.
- La teoría psicológica fue útil para encontrar una de las razones que ha limitado la alternancia en Temascaltepec, y es el tema de la identificación partidista. Puesto que un mayor número de personas se siente identificado con el PRI, y quienes más acuden a votar con quienes más ven representados sus intereses en ese partido es entendible que sea este partido el que se mantenga en el poder.
- La teoría de la elección racional es la que mayores aportaciones realiza en el tema de clientelismo, pues a partir de sus postulados se justifican las motivaciones ciudadanas para recurrir a prácticas clientelares en los procesos electorales. Una de estas ideas sea relaciona con la idea de qué tan de acuerdo están con el intercambio de bienes por votos, y conforme aumenta la edad aumenta la opinión “muy de acuerdo” con esta práctica, lo que se puede relacionar que conforme aumenta la necesidad de bienes y servicios y por ello se aprueba más esta práctica. Lo mismo sucede con el tema de que hacen si ven alguna práctica clientelar, conforme mayor es el ciudadano encuestado es más común que recurra a pedir un apoyo, mientras que, los más jóvenes son quienes dicen que lo denunciarían.

CUESTIONARIO APLICADO.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES



Buenos días, mi nombre es Jesús González Berra, estudiante de la Facultas de ciencias Políticas y Sociales de UAEMex y estoy elaborando un cuestionario para aprobar mi materia de Taller de investigación. Su información es confidencial y anónima la cual será utilizada para la elaboración de una investigación de tesis.

Instrucciones: Responda de manera sincera a las siguientes preguntas en el orden que se le indique.

Edad: _____

Género: [1] H [2] M ()

Grado máximo de estudios: ()

[1] Primaria [2] Secundaria

[3] Preparatoria [4] Licenciatura

[5] Carrera Técnica

Localidad: _____

Cuál es su actividad laboral principal: ()

[1] Campo [2] Comercio

[3] Ama de casa [4] No trabajo

[5] H. Ayuntamiento. [6] Estudio

1.- ¿Cuál es el partido que mejor representa sus intereses políticos?

[1] PAN [2] PRI [3] PRD [4] PT

[5] Morena [6] Movimiento ciudadano [7] Otro

[8] Ninguno

2.- ¿Usted votó en las elecciones pasadas?()

[1] ¿Si, por qué?

[2] ¿No, porque?

3.- ¿Cómo evalúa usted la gestión del actual presidente municipal?

[1] MALA [2] REGULAR [3] BUENA

[4] MUY BUENA [9] NS [0] NC

4.- ¿Qué partido cree usted que pueda resolver los problemas que tiene su comunidad?

()

[1] PAN [2] PRI [3] PRD [4] PT

[5] Morena [6] Movimiento ciudadano

[7] Ninguno

5.- ¿Por cuál partido nunca votaría?

[1] PAN [2] PRI [3] PRD [4] PT

[5] Morena [6] Movimiento ciudadano

[7] Otro

6.- ¿A cuántos mítines políticos asistió en la pasada elección? _____

6ª.- ¿Cuál es la razón que lo motiva a asistir a un mitin?

[1] Escuchar propuesta de campaña

[2] Conocer el candidato

[3] Beneficio propio

[99] NS [0] NC [4] Otro cual _____

7.- ¿Qué tan importantes son las propuestas de los candidatos para decidir el sentido de su voto?

[1] Nada importante

[2] Importante

[3] Muy importante

[99] NS [0] NC

8.- ¿Qué tan importante es para usted la personalidad del candidato para decidir votar por él?

[1] Nada importante

[2] Importante

[3] Muy importante [99] NS [0] NC

9.- ¿Qué tipo de apoyo recibe por parte del gobierno municipal?

[1] Fertilizante

[2] Transporte de estudiantes

[3] Atención adultos mayores

[4] Mejoramiento de vivienda

[5] No recibo ningún apoyo

[6] Otro, cual _____

[99] NS [0] NC

10.- ¿Que tan de acuerdo está usted que los candidatos y partidos regalen bienes materiales para ganar votos?

[1] Nada de acuerdo

[2] De acuerdo

[3] Muy de acuerdo

[99] NS [0] NC

11.- ¿Sin mencionar nombre me puede decir cuantas personas conoce que haya recibido algún bien material a cambio de su voto? ____

12.- ¿Qué haría usted si observa que un candidato ofrece un apoyo material por el voto?

[1] Lo denunció

[2] Solo observo

[3] Me acerco al candidato y pido un apoyo

[4] Solicito que apoye a más gente

[99] NS [0] NC

13.- ¿Que tan frecuente los partidos políticos y el gobierno deben dar apoyos a cambio de su voto

[1] Nunca

[2] Cada mes

[3] Cada seis meses

[4] Cada año

[5] Cada elección

[99] NS [0] NC

14.- ¿Que tan de acuerdo está usted que tomen en cuenta los liderazgos comunitarios o políticos como estrategia de campaña?

[1] Nada de acuerdo

[2] De acuerdo

[3] Muy de acuerdo

[99] NS [0] NC

15.- ¿Le gustaría que gobernara un partido distinto al PRI en su municipio o está de acuerdo con el partido gobernante?

[1] No estoy de acuerdo

[2] De acuerdo

[99] NS [0] NC

¿Qué partido?

[1] PAN [2] PRI [3] PRD

[4] PT [5] Morena

[6] Movimiento ciudadano.

16.- ¿Quiénes y cuántos actores políticos ubica o reconoce de los diferentes partidos dentro del municipio?

[1]PAN _____

[2]PRI _____

[3]PRD _____

[4]PT _____

[5]Morena _____

[5]Movimiento ciudadano _____

[99] NS [0] NC

Bibliografía.

- Anduiza E. y A. Bosch (2004). Comportamiento político y electoral. España: Ariel.
- Bobbio, Norberto (1986). "Democracia y pluralismo". Revista de Ciencia Política, 1-2, 127-137.
- Downs, A. (2001). Teoría económica de la acción política en una democracia. En Diez textos básicos de ciencia política. España, Ariel.
- Lazarsfel, Paul (1953). La campaña electoral ha terminado. Public Opinion Quarterly 53, 395-409.
- Magaloni Kerpel, Beatriz (1994). Elección racional y voto estratégico: algunas aplicaciones para el caso mexicano. Política y gobierno 2(1), 309-344.
- Moreno, Alejandro y Gustavo, Meixueiro (2014). Introducción. El votante mexicano en 2012. En Meixueiro, Gustavo y Alejandro, Moreno (coord.), El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012 (pp. 15-40), México, Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública de la Cámara de Diputados, Cámara de Diputados LXII Legislatura.
- Moreno, Alejandro (2009). La decisión electoral. Votantes, partidos y democracia en México (primera edición). México: H. Cámara de Diputados, LX Legislatura; Miguel Ángel Porrúa, editor.
- Peschard, Jacqueline (2000). Comportamiento electoral. En Baca Olamendi Laura; Bosker-Liwerant, Judith; Castañeda, Fernando; Cisneros, Isidro H. y Pérez Fernández, Germán (comps.), Léxico de la política. FLACSO.

- Valdez Zepeda, Andrés y Delia Amparo, Huerta Franco (2011). ¿Qué mueve a los votantes? Un análisis de las razones y sinrazones del comportamiento político del elector. Razón y palabra. Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/varia_75/varia2parte/16_Valdez_V75.pdf
- Ugalde, Luis Carlos y Rivera Loret de Mola (2003). Clientelismo electoral y la compra del voto en México. Nexos. Disponible en: <https://www.nexos.com.mx/?p=18989>
- Instituto Electoral del Estado de México (2018). Resultados Electorales. Disponible en: http://www.ieem.org.mx/numeralia/result_elect.html
- Acuña Chaverri, Iván Anselmo (2009). Elementos conceptuales del clientelismo político y sus repercusiones en la democracia. Revista Reflexiones, Vol. 88, Núm. 2. Disponible en: <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/reflexiones/article/view/11519/10864>
- Banégas, Richard. (2011). Clientelismo electoral y subjetivación política en África. Reflexiones a partir del caso de Benín. Desacatos, (36), 33-48. Disponible: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-050X2011000200003&lng=es&tlng=es.
- Gallego, Jorge Andrés. (2007). LA RECIPROCIDAD Y LA PARADOJA DEL VOTANTE. Revista de Economía Institucional, 9(16), 149-188. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-59962007000100007&lng=en&tlng=es.
- Zapata Osorno, E. (2016). Clientelismo político. Un concepto difuso pero útil para el análisis de la política local. Estudios Políticos, (49), 167-185.

- Tarapues Taimal, Marisol. (2012). LAS REDES CLIENTELISTAS EN LOS MÁRGENES DE ESTADO. *El Ágora U.S.B.*, 12(2), 403-419. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-80312012000200007&lng=en&tlng=.
- Meoxueiro, Gustavo y Moreno, Alejandro (2014). El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012. CESOP, Cámara de de Diputados, México.
- Kuschick Ramos, Murilo. (2008). Aplicación de la teoría de la decisión en el ámbito político-electoral. *Convergencia*, 15(47), 127-153. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352008000200005&lng=es&tlng=es.
- Rodríguez, Gabriela F. Clientelismo político y políticas sociales. *Gaceta Laboral*, vol. 08, núm. 2, mayo-agosto, 2002, pp. 153-165. Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.