

XXVIII Congreso Internacional de Estudios Electorales. Los desafíos globales de la gobernanza electoral, Ciudad de México, 22, 23, 24 y 25 de agosto de 2017. Tema XII Contenidos culturales de la participación ciudadana.

**Ponencia: Cultura política vs clientelismo en los procesos electorales. Sus efectos en la gobernanza**

***Autores: Lorenzo Arrieta Ceniceros (FCPYS-UNAM) y Luis R. Hernández Gutiérrez (UAM-I)***

Las orientaciones subjetivas de los ciudadanos están íntimamente relacionadas con sus modalidades de participación en los procesos electorales. Esto significa que es esencial considerar en el análisis politológico las motivaciones e impulsos de los ciudadanos a la hora de hacer acto de presencia durante las campañas políticas y de inclinarse por determinada opción al acudir a las urnas. Los factores y mecanismos que determinan las preferencias de los ciudadanos están respondiendo a intereses, los cuales a su vez se encuentran vinculados a valores y aspiraciones, incluso a concepciones sobre situaciones y organismos de distinta naturaleza. Lo anterior podemos incluirlo en el concepto de cultura política.

Algunos aspectos de la cultura política que es importante analizar son, por ejemplo, las ideas y concepciones acerca de estos procesos, como lo es contar con representantes que estén al frente de las instituciones públicas y tomen decisiones observando los intereses generales; si las propuestas programáticas son o no cumplidas una vez que se ejerce el mando, en especial por el gobierno; asimismo si las instituciones que organizan los comicios son confiables y atienden las inconformidades. En el mismo proceso también se generan entre los actores prácticas que responden a valoraciones y concepciones donde predominan intereses particulares (en ocasiones nocivos), buscando obtener beneficios inmediatos. Estas prácticas contienen expresiones culturales a partir de las cuales el ciudadano también toma decisiones, y están incluidas en lo que denominamos clientelismo.

Proponemos analizar comicios concretos para conocer cómo funciona el sistema clientelar en México, y determinar cómo se encuentran enlazados los intereses y las concepciones que le corresponden, logrando así contrastarlos con las prácticas de una cultura política ¿Es posible determinar que los usos clientelares garanticen el apoyo ciudadano a candidatos y partidos, y con él se triunfe electoralmente?

**PALABRAS CLAVE:** cultura política, clientelismo, procesos electorales, instituciones públicas, gobernanza electoral.