



FLACSO
REPUBLICA
DOMINICANA



ESTADO DE LA
REPUBLICA DOMINICANA
SUPERATE

Comportamiento electoral femenino en entorno de pobreza

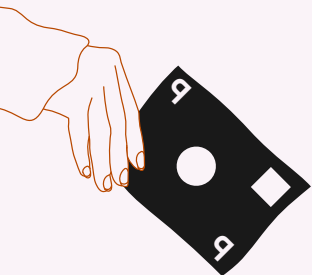


Factores que construyeron la decisión del voto de mujeres pobres en la comunidad rural de Ingenio Nuevo, provincia San Cristóbal, año 2020:

Un estudio exploratorio con beneficiarias del programa presidencial

Supérate.

Egnis M. Caro Casanova



Comportamiento electoral femenino en entorno de pobreza

Factores que construyeron la decisión del voto de mujeres pobres en la comunidad rural de Ingenio Nuevo, provincia San Cristóbal, año 2020: Un estudio exploratorio con beneficiarias del programa presidencial Supérate.

Egnis M. Caro Casanova

República Dominicana, 2024

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales-Programa República Dominicana (FLACSO-RD)

Calle José Joaquín Pérez N°106, Gascue, Santo Domingo, República Dominicana
flacso.edu.do | flacso@flacso.edu.do

EDICIÓN PUBLICADA COMO PRODUCTO DEL CONVENIO ENTRE
FLACSO REPÚBLICA DOMINICANA Y EL PROGRAMA PRESIDENCIAL SUPÉRATE



FLACSO
REPÚBLICA
DOMINICANA



PRESIDENCIA DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA
SUPÉRATE

DIRECTORA GENERAL DEL PROGRAMA PRESIDENCIAL SUPÉRATE:

Gloria Reyes Gómez

COORDINACIÓN TÉCNICA DEL CONVENIO:

Carlos De Peña Evertsz

(MAYO 2022 - JULIO 2023)

DISEÑO DE PORTADA Y DIAGRAMACIÓN:

César Steven Toribio | INOA STUDIO

Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra en formato impreso, multicopiado o digital, sin la autorización escrita del autor y de las instituciones propietarias de la presente edición.



Comportamiento electoral femenino en entorno de pobreza

Factores que construyeron la decisión del voto de mujeres pobres en la comunidad rural de Ingenio Nuevo, provincia San Cristóbal, año 2020: Un estudio exploratorio con beneficiarias del programa presidencial Supérate.

Egnis M. Caro Casanova

Resumen

Esta investigación está orientada a explorar los factores sociales, económicos, políticos y culturales que construyeron la decisión del voto de mujeres que viven en situación de pobreza en la comunidad rural de Ingenio Nuevo, provincia San Cristóbal, República Dominicana, en el contexto de las elecciones de 2020. Estos factores se expresaron a través de cinco categorías principales: Identificación Política, Clientelismo Político, Información Política, Situación Económica y Machismo. El estudio concluye que la decisión del voto de estas mujeres se desarrolló en un entorno clientelar normalizado, donde se dio una interseccionalidad de factores que complicaron el ejercicio de un voto plenamente informado, autónomo y coherente con un enfoque de Desarrollo Humano sostenible capaz de romper con el ciclo de pobreza que las condiciona. A pesar de estas dificultades, la identificación política resultó ser el hilo

conductor del análisis, debido a su interacción con las demás variables. Dado el carácter complejo del fenómeno estudiado, se adoptó un enfoque multi teórico, integrando cuatro teorías del comportamiento electoral: el modelo sociológico, psicosocial, económico-racional y la racionalidad limitada, en lugar de basarse en una sola teoría explicativa. Metodológicamente, se trata de un estudio mixto con fuerte componente cualitativo de carácter exploratorio. Se realizaron entrevistas semiestructuradas a 11 mujeres en situación de pobreza que votaron en las elecciones del 2020. Para recoger datos sociodemográficos y electorales, también se aplicaron encuestas. Estas mujeres estaban, para esa fecha, categorizadas como beneficiarias del programa Supérate mediante el Sistema Único de Beneficiarios (SIUBEN).

PALABRAS CLAVES:

*Voto. Factores. Decisión.
Mujeres. Pobres.
Identificación Política.*

KEYWORDS:

*Voting. Factors. Decision.
Women. Poor people.
Political identification*

Introducción

(...) este estudio tiene como objetivo general explorar los factores económicos, políticos y culturales que construyeron la decisión del voto de mujeres categorizadas como pobres en la comunidad de Ingenio Nuevo, Provincia San Cristóbal, durante el año electoral 2020... comprender cómo esa multiplicidad de factores justifica las decisiones electorales de estas mujeres en situación socioeconómica precaria.

El Comportamiento electoral en las investigaciones Latinoamericanas se ha concentrado en entender la política como ocupación (Pachón y Peña, 2012). Sin embargo, esta investigación procura reconocer la definición de Rodríguez (2023) como las condicionantes de la decisión o preferencia de los ciudadanos. En particular, la decisión del voto es la capacidad que tienen los ciudadanos de elegir una opción política entre muchas para concretar un acto de representación política (Morales, 2015a). En consecuencia, las decisiones del voto se encuentran influenciada por múltiples factores de naturaleza distintas (Pérez y Rodríguez, 2021). Es por eso que este estudio tiene como objetivo general explorar los factores económicos, políticos y culturales que construyeron la decisión del voto de mujeres categorizadas como pobres en la comunidad de Ingenio Nuevo, Provincia San Cristóbal, durante el año electoral 2020. Es decir, comprender cómo esa multiplicidad de factores justifica las decisiones electorales de estas mujeres en situación socioeconómica precaria.

La situación problemática que justifica este estudio nace en el contexto de pobreza femenina multidimensional. De acuerdo con la Comisión Económica para América Latina, CEPAL (2022) en la República Dominicana, la pobreza femenina es superior a la que afecta a Latinoamericana. Esto se refleja en un mayor porcentaje de mujeres pobres en comparación con los hombres, donde hay 146 mujeres en esta condición por cada 100 hombres pobres (MEPYD, 2023). En lo puntual, la provincia San Cristóbal tiene un nivel de pobreza general de 31.4 % (MEPYD, 2017), mientras que, en la situación municipal la cifras se dividen en un 52.16% y 47.84% respectivamente.

En el caso de Ingenio Nuevo, como comunidad rural, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD (2023) establece una alta incidencia de pobreza multidimensional en mujeres que viven en estas zonas. En general, la valoración negativa que tienen las mujeres sobre su propia economía personal es de 51%, un 14% más que la de los hombres (Gallup, 2023). Es decir, la pobreza económica predominantemente es femenina.

En ese mismo orden, según los datos del PNUD y la Junta Central Electoral (2018), la mujer dominicana tiene una cotidianidad marcada por carencias de recursos, dependencia económica, brechas salariales, precarización del empleo y carga desproporcionada en las tareas de cuidado no remunerado. Además, la Encuesta sobre la situación de las Mujeres (ENESIM, 2018), revela que el 59% de las mujeres mayores de 15 años en la República Dominicana, ha experimentado violencia en los últimos 12 meses. La macroregión Sur presenta la segunda tasa de incidencia con un 65.0%, en lo particular, San Cristóbal muestra una tasa de 59.05% (ONE, 2022). Estas condiciones son el reflejo de la vigencia de la división social del trabajo (Gómez & Balbuena, 2021), que mantienen a las mujeres asignadas al ámbito privado, lo que repercute considerablemente en su proceso de socialización política. También, Torcal et al. (2017a) indica que las mujeres dominicanas suelen tener menos conocimiento Político que los hombres. Esta observación se relaciona estrechamente con lo afirmado por Brea, Duarte et al. (2005), quienes argumentan que la política despierta más intereses en los hombres.

La pobreza se constituye en un aliado para los líderes políticos establecer relaciones de intercambio por lealtad política (Lozano, 2023; Ortega et al., 2023). Por lo tanto, estas mujeres, categorizadas como pobres resultan atractivas para la promoción de tales intercambios. En esta misma línea, Gruenberg (2010) establece que los programas de ayudas condicionadas fomentan un clientelismo basado en la desigualdad de género. En resume, la pobreza femenina no escapa a lo multidimensional. Como afirma Sen (1999), la pobreza no se limita a la privación de capacidades básicas relacionadas únicamente con lo económico; el mismo autor agrega que esta condición también produce un estancamiento de las libertades económicas, sociales y políticas.

En esa lógica, Vélez (2008) explica que el sujeto político femenino se constituye como resultado de las posiciones ocupan, las cuales a su vez el resultado de las relaciones en las que están insertas. Por lo tanto, el posicionamiento de desventaja derivado de la pobreza multidimensional sugiere que las mujeres electoras de Ingenio Nuevo construyeron su decisión de voto con bajo un modelo de

La pobreza se constituye en un aliado para los líderes políticos establecer relaciones de intercambio por lealtad política (Lozano, 2023; Ortega et al., 2023).

(...) el posicionamiento de desventaja derivado de la pobreza multidimensional sugiere que las mujeres electoras de Ingenio Nuevo construyeron su decisión de voto con bajo un modelo de socialización política limitado.

socialización política limitado. Esto restringe su acceso a la información política de calidad y, en consecuencia, su conocimiento político sobre los candidatos y candidatas fue reducido, lo que resultó en una decisión del voto que no necesariamente se orientaba hacia la búsqueda de un bienestar sostenible a través de representantes que comprendieran su realidad. Así, las mujeres entrevistadas de ingenio nuevo, construyeron su decisión del voto, no solo de manera diferente a los hombres, sino también a las que habrían experimentando si no vivieran en esa realidad.

Este abordaje multi teórico se fundamenta en cuatro teóricas explicativas de la decisión del voto, ampliamente respaldadas en una cantidad importante de investigaciones: Modelo Sociológico o Escuela de Columbia con Paul Lazarsfeld en el texto *people's Choice* en los 40s, plantea que la decisión del votante influida por la pertenencia (Familia, amigos, relaciones laborales, etc.), es decir, por el entorno en el que el individuo el individuo vive, , ya sea rural o urbano (González, 2021). En este sentido, las características sociales del individuo determinan o condicionan la decisión del voto. Dentro del enfoque sociología se pueden identificar tres aristas: los contextos sociales, el modelo de influencia espacial y las redes sociales (Montecinos, 2007). También como afirma Kuschick (2004) el enfoque de Columbia es escéptico en cuanto el papel de los medios de comunicación masivo para interferir en las decisiones del voto, en consecuencia, otorga un rol limitado, pues únicamente puede tener impacto en aquellos electores marginados que no están integrados a grupos de pertenencia.

La decisión del voto está explicada en la combinación de la psicología y sociología o Escuela de Michigan en los 50s con Angus Campbell y sus colegas en el texto *The American Voter* publicado en 1960. Desde esta perspectiva la decisión del voto se configura a partir de la identificación de los individuos con candidatos y partidos políticos (Quiterio, 2019). La variable explicativa central de este modelo es la Identificación Partidaria, la cual funciona con sesgo heurístico o atajo mental para ahorrar costes de información en el proceso cognitivo de decisión del voto. Para Sulmont (2010a) es un filtro entre el mundo político y el electorado. La persona es un ente individual que desarrolla una identificación psicológica con un partido, a

través de un proceso de socialización (Campbell, Converse et al., 1960). Es decir, esta perspectiva teórica no se separa radicalmente de la visión sociológica, más bien, los grupos de pertenencia y el contexto social donde se desempeña el individuo conforman actitudes y predisposiciones. Para Janampa y Cincha (2021), desde ese individualismo se derivan las motivaciones, creencias, sentimientos, es decir, las actitudes de la conducta del voto.

El voto explicado a través del modelo económico o racional por Anthony Downs en su texto *An Economic Theory of Democracy* en 1957. Los factores que envuelven ese enfoque son de corto plazo a diferencia de las demás, son evaluaciones que desarrollan los votantes sobre cuestiones de gestión económica de los gobiernos, más puntualmente sobre la economía (Ratto, 2020a). El votante es un comprador que evalúa los productos del gobierno, candidatos (as), partidos políticos, etc, que le garanticen sus intereses al menor costo posible, (Fórmula costo-beneficio). Así lo sostiene Wang (2013) los electores tienen preferencias individuales luego de llevar a cabo cálculos de utilidad esperada. En otras palabras, quien representen una mayor utilidad para ellos será su opción y de ese modo recibir los mejores resultados. En conclusión, Perez y Rodriguez (2021) afirman que es una evaluación retrospectiva del desempeño de los candidatos y partidos, sin que tenga influencia directa los elementos del modelo sociológico o socio psicológico. Aquí el votante tiene la información necesaria para decidir.

Como último recurso teórico, aparece un cuarto modelo que surge como crítica al anterior, La racionalidad limitada o incompleta, propuesta por el economista Herbert Simon. La define como el término que describe el proceso de decisión de un individuo considerando tres limitaciones básicas: Información disponible, limitación cognitiva de la mente, y tiempo disponible para tomar las decisiones (Simon citado por Urbina, 2015). Para Capra (2014) Simon no solamente reconoce las limitaciones en las habilidades humanas de comprender, describir, analizar y actuar, él también formula una teoría del proceso de decisión de las personas que toma en cuenta explícitamente las limitaciones. A esto añade Sent (2005) que la racionalidad humana está limitada por restricciones sociales externas e internas cognitivas. Desde ahí enfrenta la racionalidad de Down que no incorpora en su

(...) las mujeres entrevistadas de ingenio nuevo, construyeron su decisión del voto, no solo de manera diferente a los hombres, sino también a las que habrían experimentando si no vivieran en esa realidad.

planteamiento ninguna anomalía que puede interferir en la decisión, por el supuesto de que la racionalidad es óptima. Agregando Saez (2010) los votantes incorporan de manera secuencial la información política que les permite tomar una decisión. Ambas visiones explicativas se diferencian en la información política que tiene el votante para tomar decisiones electorales. En el modelo de Simón el votante ostenta una información limitada la cual no es perfecta como se afirma en el modelo de Down.

En definitiva, las explicaciones de voto de las mujeres electoras categorizadas como pobres de Ingenio Nuevo, provincia San Cristóbal, durante las elecciones de 2020, se abordarán desde un enfoque multifactorial, el cual se justifica en diferentes perspectivas teóricas. Las categorías identificadas son: Identificación Política, Clientelismo Político, Información Política, Situación Económica y Machismo. Este estudio cualitativo de carácter fenomenológico y exploratorio se basó en 11 entrevistas a profundidad, utilizando un diseño semiestructurado.

IDENTIFICACIÓN POLÍTICA

Para Torres (2009) identifica dos tipos de Identificación Política: Una de largo plazo, donde el elector establece un lazo ideológico y programático, siendo sus percepciones sobre el partido la que explican el voto. La otra, de corto plazo, basadas en vínculos personalistas, carismáticos y clientelares, que justifican el respaldo a un partido. Por consiguiente, para fines de este trabajo, se define la Identificación Partidaria como el sesgo afectivo que lleva al elector a identificarse con un partido determinado.

CLIENTELISMO POLÍTICO

El clientelismo se define como una relación política que se articula por la necesidad de alguien. Esta relación se desarrolla entre quien genera favores y otorga dádivas, el patrón, y quien a cambio proporciona su lealtad al primero, el cliente (Lozano, 2013). Además, se plantea como el intercambio de favores por votos, que se motoriza en un Estado cuyas instituciones lo facilitan en vez de impedirlo (Auyero, 2021).

INFORMACIÓN POLÍTICA

De acuerdo con Coyote (2017) es un conjunto de elementos textuales, gráficos o audiovisuales de carácter político, que pueden ser presentados por actores o instituciones políticas con un propósito específico sobre todo que son fundamentales para tomar una decisión, la cual viene con un sesgo implícito discursivo, que es eje que diseñado por el emisor.

SITUACIÓN ECONÓMICA

A nivel individual, la situación o estado económico de un individuo se refiere a su capacidad para obtener los recursos necesarios que le permitan acceder a oportunidades económicas, sociales y políticas. Esta capacidad puede afectar la percepción de las políticas y candidatos. A nivel general, se relaciona con el comportamiento de la economía nacional.

MACHISMO

Es una Ideología derivada del sexismo que define y justifica la superioridad del hombre sobre la mujer (Ortega, Lopez et al, 2021).

literatura existentes en el país y fuera de este, que se limitan a las comparativas estadísticas de la participación política electoral entre mujeres y hombres. Asimismo, identificar las circunstancias políticas, económicas, sociales y culturales que caracterizan la decisión de voto de las mujeres que viven en condición de pobreza potencializa el diseño de políticas y estrategias que aborden sus preocupaciones y fomenten la representación sustantiva.

En cuanto los Partidos Políticos tendrán la posibilidad de asumir estos hallazgos sobre los comportamientos electorales femeninos para diseñar e implementar estrategias políticas que respondan a las necesidades y expectativas de las electoras, contribuyendo así a aumentar la participación política de las mujeres. Esto se debe que al comprender mejor las experiencias específicas de las mujeres, los partidos podrán crear propuestas más alineadas con sus intereses, lo que a su vez generará un mayor involucramiento de este grupo en el proceso político electoral. Igualmente, las entidades gubernamentales responsables de la organización y vigilancia de los procesos electorales podrían aprovechar estos resultados para desarrollar programas de educación y concienciación ciudadana, enfocados en incentivar y empoderar a las mujeres que viven en las zonas rurales del país. Esto permitirá una participación política más informada y comprometida, promoviendo el ejercicio de sus derechos y desarrollo a nivel local, lo que le impacta directamente en sus comunidades y condiciones de vida.

Para la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), un estudio con un modelo diferenciado de abordar el comportamiento electoral desde lo microsocioal, en lugar de un análisis generalizado. Es decir, el centro son los aspectos individuales y contextuales que afectan sus decisiones políticas electorales. Lo que significa que las influencias y circunstancias configuran el comportamiento electoral de este grupo de mujeres, considerando aspectos como las experiencias personales y las interacciones en su entorno. Por otro lado, llenar un vacío sobre investigaciones que aborden la dimensión política desde las electorales, ya que abundan estudios sobre candidatas a posiciones electivas. Además de acoplarse con uno de los objetivos primos de esta organización, como lo es el fortalecimiento de la democracia.

Para Supérate, como institución pública que aborda la pobreza en el país, obtendrá las primeras impresiones sobre cómo están enfrentando las mujeres en torno a sus decisiones electorales, lo que ajustaría a su visión de pobreza multidimensional, en este caso la dimensión política. Además, la motivación para el desarrollo de una estrategia de empoderamiento femenino para robustecer capacidades para tomar decisiones de las mujeres y así obtener un alto sentido de eficacia política capaz de impactar en su bienestar propio y el de sus comunidades.

Metodología

El enfoque metodológico de esta investigación es cualitativo con fuerte peso y diseño fenomenológico. Según las aportaciones de Hernández (2020), este diseño tiene como propósito principal explorar, describir y comprender las experiencias de las personas respecto a un fenómeno y descubrir los elementos en común y diferentes de tales vivencias. Hace sentido con la forma exploratoria de recolectar la información. Además, de representar novedad cualitativa y por la ausencia de investigaciones sobre decisión del voto, especialmente en mujeres en situación de vulnerabilidad.

Se desarrollaron 11 entrevistas a profundidad semi estructuradas e igual cantidad de encuestas sociodemográficas para recolectar datos sociales, económicos y electorales.

Las entrevistas pasaron por un proceso de codificación abierta donde se obtuvieron las principales categorías:

- **IDENTIFICACIÓN POLÍTICA,**
- **CLIENTELISMO POLÍTICO,**
- **INFORMACIÓN POLÍTICA,**
- **SITUACIÓN ECONÓMICA Y**
- **EL MACHISMO.**

Se desarrollaron 11 entrevistas a profundidad semi estructuradas e igual cantidad de encuestas sociodemográficas para recolectar datos sociales, económicos y electorales. Las entrevistas pasaron por un proceso de codificación abierta donde se obtuvieron las principales categorías: Identificación Política, Clientelismo Político, Información Política, Situación Económica y el Machismo. Luego una codificación axial que establece relaciones entre estas categorías. Para el análisis de los resultados, se utilizó un análisis de contenido en su modalidad interpretativa.

La intervención comenzó con una fase inicial de identificación de participantes, asistida por una informante clave. En el campo, se realizó una prueba del instrumento con tres entrevistas: dos a mujeres adultas mayores y una joven menor de 35 años. Luego el proceso central se enfocó en identificar participantes bajo los siguientes criterios de selección: ser dominicanas, ser beneficiarias directa o de familias categorizadas como pobres por Supérate a través del Sistema Único de Beneficiarios del programa SIUBEN en 2020, mayores de 18 años y que hayan ejercido su derecho al voto en las elecciones de ese año.

Destacar, que los nombres reales de las entrevistadas fueron sustituidos por seudónimos. Además, se tomaron en cuenta los diferentes grupos etarios, como indica la tabla 1 siete mujeres adultas entre 35 y 64 años, tres mujeres jóvenes entre 18 y 34 años y una mujer envejeciente, mayor de 65 años. Se agregaron

Justificación y relevancia

Los estudios sobre comportamiento electoral tienen el desafío de buscar la forma más convincente de explicar las decisiones del voto de los individuos. En esa línea, un número importante de investigaciones suelen irse por estudiar con prudencia algunas variables, evitando complejidades metodológicas, pero reconociendo las limitantes dentro de su investigación al no contemplar otras. Además, Ruiz (2013), concluye que no hay que perder de vista que el comportamiento electoral obedece a fenómenos tanto históricos como coyunturales, políticos y no políticos, colectivos e individuales y a aspectos puntuales específicos de la cultura política de cada sociedad (p 18). Por su lado, Lozano (2002), quien en su trabajo investigativo expresa la necesidad de analizar la decisión final del elector desde la triple perspectiva que ofrece la identificación partidista, la teoría racionalista y el planteamiento de la estructura social.

Para fines de esta investigación el enfoque es multi teórico, que no discrimina ningún modelo explicativo. En consecuencia, la coexistencia de más de una variable influye en la decisión del voto. Se asume a Rodríguez (2015a) cuando expresa que la mezcla e interacción de factores que tienen lugar dentro del proceso de decisión electoral hace su estudio complejo. Sin embargo el mismo autor, reconoce la necesidad de ver el proceso de decisión electoral como el producto de muchos factores que convergen entre sí, lo cual añadiría una interpretación de mayor valor al proceso de elección de los individuos por ser más global (Rodríguez, 2015b). Esta investigación entiende que esa mirada solo podría darse desde un modelo microsocioal, por permitir traer las variables desde las propias experiencias políticas electorales del sujeto de estudio. De ahí la justificación de metodología cualitativa y exploratoria, negada por los trabajos sobre comportamiento electoral existentes.

Esta mirada novedosa fortalece la calidad de los insumos a fin de los hacedores de políticas públicas en materia democrática, pues interviene un núcleo poblacional subrepresentado en los debates, investigaciones y en la

TABLA 1. GRUPO DE EDADES .

NOTA: ELABORACIÓN PROPIA. DATOS EN PORCENTAJES.

	GRUPO DE EDADES			
	GRUPO DE EDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE	
	<i>Adulta Mayor</i> (65 más)	1	9.09	
	ADULTA (35 A 64)	7	63.64	
	JOVEN (18 A 34)	3	27.27	
	SUFICIENTE	11	100%	

informaciones dadas por la informante clave para retraer la situación económica de estas mujeres en 2020. Este enfoque integral buscó identificar la influencia de factores socioeconómicos, políticos y culturales en las decisiones de voto del sujeto de estudio, lo que brinda un panorama completo y enriquecedor para comprender mejor el fenómeno.

Resultados

La participación electoral de las mujeres pobres de Ingenio Nuevo en 2020

Las mujeres entrevistadas todas votaron en las elecciones de 2020. Ahora, de acuerdo con los datos recopilados lo que las motivó a movilizarse a las urnas fue la identificación con un partido o con un candidato (a) y el compromiso cívico de ir a votar. La primera, tiene suficiente peso como para causar el desplazamiento para realizar el voto, debido a la cobertura operativa que generalmente dan los partidos políticos cuando se trata de lograr adeptos favorables durante el proceso electoral. La segunda, se colocó mediante los términos “deber”, “derecho”, “costumbre”, “obligación” y “siempre”. El hecho de que algunas de las mujeres entrevistadas relacionan el voto como un acto obligatorio, cuando en la República Dominicana el voto es un derecho, pero no es obligatorio ir a votar identifica una percepción errónea que a su vez manifiesta falta de conocimiento sobre derechos políticos en estas mujeres. Para evidenciar, aquí algunas de sus argumentaciones:

El hecho de que algunas de las mujeres entrevistadas relacionan el voto como un acto obligatorio, cuando en la República Dominicana el voto es un derecho, pero no es obligatorio ir a votar identifica una percepción errónea que a su vez manifiesta falta de conocimiento sobre derechos políticos en estas mujeres.

"Siempre he tenido eso de votar".

"Fui a votar porque era obligado ir a votar".

Maira Andújar

adulta, ama de casa, desempleada

"Siempre cuando hay voto, siempre uno tiene que motivar, hay que participar en eso porque para eso estamos".

Anadelia Reyes

adulta, ama de casa, profesional

Lo que muestran los resultados es que el sentido de obligatoriedad, acompañado de la costumbre de ir a votar, evidencia más allá de la comprensión limitada de sus derechos políticos la ausencia de ciudadanía activa. De manera que, estas electoras percibieron el acto de votar

como un deber rutinario, más que como una oportunidad de influir en las decisiones políticas que afectan sus vidas y sus comunidades. En lugar de ejercer su derecho al voto con una actitud crítica y reflexiva, su participación fue pasiva y mecánica que se reduce a un cumplimiento superficial, desprovisto de un verdadero compromiso sin consideración profunda del proceso en 2020.

Sin embargo en ocasiones en otras votantes, se presentó una dicotomía entre la motivación partidaria y la motivación cívica de ir a votar:

“No sé (...), yo voy a votar por fulano, vote por ese”. Luego dijo, “ No me motivó nada, yo decidí irme porque cada quien, cada ciudadano tiene derecho a su voto. Yo decidí ir a votar”.

Lorena Almonte

adulta, ama de casa, desempleada

“No sé (...), yo voy a votar por fulano, vote por ese”. Luego dijo, “ No me motivó nada, yo decidí irme porque cada quien, cada ciudadano tiene derecho a su voto. Yo decidí ir a votar”.

Esther Camacho

adulta, ama de casa, empleada privada

Ambas mostraron interés cívico, pero lo político surgió como principal motivo para ir a votar. Por lo tanto se puede deducir que el compromiso cívico no fue la razón principal de su decisión del voto; en cambio, su motivación provino de una respuesta básica a un esquema preestablecido. Esto sugiere que, aunque hay una conciencia general sobre la importancia del voto, la motivación real puede estar alineada con un sentido de obligación o un patrón habitual, en lugar de un profundo compromiso con valores cívicos y políticos.

En lugar de ejercer su derecho al voto con una actitud crítica y reflexiva, su participación fue pasiva y mecánica que se reduce a un cumplimiento superficial, desprovisto de un verdadero compromiso sin consideración profunda del proceso en 2020.

Las mujeres que expresaron tener el compromiso cívico como motivo de participación electoral lo hicieron en función de ver el voto como un acto convencional que si bien tiene un peso moral es insuficiente para lograr movilidad electoral por sí sola. En cambio al refrescar la opinión con su identificación Política se entiende que esta sí puede ocasionar una movilidad hacia las urnas.

Factores políticos

CLIENTELISMO POLÍTICO

Como consecuencia del análisis de los datos se detectó un patrón consistente de ofrecimientos a las entrevistadas. Como se visualiza en la tabla 2, una negociación clientelar incitada por dirigentes y/o representantes de Partidos Políticos en la comunidad de Ingenio Nuevo. Los atractivos para promover las ofertas subyacen en las necesidades personales y sociales que enfrentan estas mujeres.

NOTA:

RECHAZANTES

Rechazo a las ofertas clientelares es explícito y activo. Estas mujeres han mostrado una actitud clara en contra de la influencia clientelar en su decisión de voto.

POTENCIALES

Aunque estas mujeres no confirmaron su participación en negociaciones, su desafección hacia los políticos que no cumplieron promesas sugiere que podrían haber estado involucradas en algún nivel de negociación clientelar, pero no lo expresaron abiertamente. Este grupo podría haber sido menos transparente en sus respuestas, pero sus actitudes hacia los políticos reflejan una posible interacción con el clientelismo.

Como es evidente, hay un patrón es la división entre las mujeres que rechazan activamente las ofertas clientelares y aquellas que son potencialmente receptivas. Las rechazantes como Jakaira, Maira y Jocabed, muestran una fuerte identificación política y una clara oposición a las influencias clientelares. En contraste, las potenciales, como Margaret y Darira, aunque también tienen una identificación política fuerte, estuvieron dispuestas a considerar las ofertas, lo que sugiere una ambivalencia hacia el clientelismo.

TABLA 2. COMPORTAMIENTO CLIENTELAR E IDENTIFICACIÓN POLÍTICA DE LAS ENTREVISTADAS, AÑO 2020.

NOTA: CREACIÓN PROPIA CON DATOS SUMINISTRADOS POR LAS ENTREVISTADAS.

	ENTREVISTADAS	INFORMACIÓN POLÍTICA IDENTIFICADA				
		ACTITUD CLIENTELAR	¿QUIÉN OFRECIÓ?	¿QUÉ OFRECIÓ?	IDENTIFICACIÓN POLÍTICA	
	Jakaira	RECHAZANTE	DIRIGENTE POLÍTICO	“AYUDA”, EMPLEO	-	
	Maira	RECHAZANTE	DIRIGENTE POLÍTICO	“AYUDA”	FUERTE	
	Margaret	POTENCIAL	DIRIGENTE POLÍTICO	ZINC, CEMENTOS, “AYUDA” ECONÓMICA	FUERTE	
	Pamela	POTENCIAL	LÍDER COMUNITARIO	ZINC, COSAS PARA LA CASA	FUERTE	
	Anadelia	POTENCIAL	DIRIGENTE POLÍTICO	ZINC, “AYUDA”	FUERTE	
	Lorena	POTENCIAL	CANDIDATO	ZINC, TABLA, “AYUDA”	DÉBIL	
	Romina	-	DIRIGENTE POLÍTICO	EMPLEO	-	
	Jocabed	RECHAZANTE	DIRIGENTE POLÍTICO	“AYUDA”	FUERTE	
	Rosibel	RECHAZANTE	-	-	FUERTE	
	Daira	POTENCIAL	DIRIGENTE POLÍTICO	DINERO, AYUDA ECONÓMICA, SUELDO.	FUERTE	
	Esther	RECHAZANTE	DIRIGENTE POLÍTICO	DINERO (500 PESOS)	DÉBIL	

Las ofertas que se presentan a las entrevistadas son principalmente de tipo material, como “ayudas” económicas, zinc, y otros recursos. Esto indica que las estrategias clientelares se centran en satisfacer necesidades inmediatas, lo que puede ser atractivo, para las mujeres en situaciones de vulnerabilidad. Las entrevistadas que aceptan estas ofertas pueden estar motivadas por la necesidad de recursos básicos, lo que refleja una relación de dependencia que puede ser explotada por los políticos.

A pesar de la disposición a aceptar ofertas en el grupo potencial, la mayoría de las mujeres en ambos grupos tiene una identificación política fuerte. Las mismas estarían evidenciando un compromiso con las metas electorales de sus partidos y candidatos (as), como signo

de lealtad. Esto sugiere que, aunque puedan estar abiertas a las ofertas clientelares, su compromiso con sus ideales políticos y su comunidad sigue siendo relevante. Este patrón indica que la identificación político no se ve completamente erosionada por el clientelismo, aunque puede ser influenciado por factores económicos.

Apuntar que dentro de ese grupo se ubicaron dos perfiles con características particulares, una joven universitaria y la única empleada privada con ingresos por encima de las demás y otra que aunque posee un nivel educativo básico, demostró tener información política suficiente y superior a las demás entrevistadas. A continuación algunas de las expresiones:

"Si, siempre ofrecen, siempre, siempre ofrecen. Pero no, no soy partícipe". "Ellos [Dirigentes y Políticos Partidos] siempre hacen promesas de que si ganamos... ". Resaltó, "(...) me hicieron la pregunta, la persona [Dirigente Político] que sí yo sabía por quién iba a votar y que si votaba por la persona, por el candidato (...) podía conseguir una ayuda".

Jocabed Santos

adulta, ama de casa, desempleada

"Sí, pero no, no acepté porque era mi decisión votar y no, no iba a hacer tal cosa "(recibir dinero o bienes materiales a cambio del voto). "Me dijeron (...) que me iban a dar 500 pesos por el voto que sí aceptaría o algo".

Esther Camacho

adulta, ama de casa, empleada privada

"Me dijo, que si yo votaba por el partido de ellos, ellos me daban, me ayudaban e incluso yo le dije, (...) hablé claro, yo no soy de ese partido".

Maira Andújar

adulta, ama de casa, desempleada

Se puede resaltar que en el caso de Maira Andújar, tener identidad partidaria resultó ser la razón para no aceptar participar del intercambio. Pero también, su identificación con un partido resultó ser fuerte, pues, proviene de la socialización política primaria, es decir heredada por un familiar.

Un grupo algo mayor, fueron las mujeres de comportamiento clientelar discreto. Es decir, aunque sus argumentos no negaron ni afirmaron haber participado en esta actividad antidemocrática, resultó revelador su desafección hacia políticos y partidos que no cumplieron lo acordado. De ahí que se sustente que hubo alguna modalidad de negociación clientelar, pero fallida.

"Algo [dádivas], el cual no, no han cumplido". Luego argumentó: "Venían [Políticos] cuando estabas editando [construyendo] la casa. Todavía no estaba hecha, era de madera, la cual hicimos.(...) y venían gente que iban a ayudar, iban a dar zinc. La paramos con otro esfuerzo. No vimos ninguna ayuda de nada".

Anadelia Reyes

adulta, profesional, desempleada

"La actividad que hicieron allá, ofrecieron zinc, cemento, ayudas. Nos firmaron unos papeles como de una ayuda económica. Yo no vi nunca eso. Sí lo dieron, fue para ellos [Políticos]".

Margaret Pujols

adulta mayor, ama de casa, desempleada

"Pal' de cosas, pal' de zinc, pal' de vaina para casa (...) después no dieron nada".

Pamela Andújar

joven, ama de casa, desempleada

Como se había mencionado al inicio, la tendencia fue el ofrecimiento que se relaciono con empleo, mejora de viviendas y empleo. Sin embargo es resaltable el uso del

El término “ayuda” adquiere un significado peculiar en el contexto de pobreza en la República Dominicana. Refleja una cultura de asistencia gubernamental en la que los gobiernos para obtener rédito electoral, presentan ciertos derechos como “ayudas”, las cuales son mayormente recibidas por mujeres jefas de hogar.

término “ayuda”, al descomponerse se refirieron a una variedad de bienes o formas de intercambio como: empleo en el gobierno, salarios sin trabajar o botellas, inclusión en programas sociales, dinero rápido, materiales de construcción o algún bien ya sea para ellas mismas o familiares, entre otras manifestaciones con arraigo en sus propias necesidades.

El término “ayuda” adquiere un significado peculiar en el contexto de pobreza en la República Dominicana. Refleja una cultura de asistencia gubernamental en la que los gobiernos para obtener rédito electoral, presentan ciertos derechos como “ayudas”, las cuales son mayormente recibidas por mujeres jefas de hogar. Esto moldea su percepción de lo que les corresponde como ciudadanas, llevándolas a ver estos beneficios como favores en lugar de derechos. Además, se genera la idea que necesitan esta “ayuda” y, por tanto, deben aceptarla. Esta relación entre gobierno y mujeres en condición de pobreza se intensifica en períodos electorales, cuando la asistencia se ofrece con mayor frecuencia, haciéndolas sentir especiales y que deben aprovechar la dádiva, lo que condiciona su decisión del voto sin comprender el costo para su desarrollo político y social a largo plazo. Durante el proceso electoral de 2020, las mujeres entrevistadas de Ingenio Nuevo, que viven en pobreza, estuvieron expuestas a estas dinámicas clientelares marcadas por una utilidad electoral desde el poder.

Entonces, las actitudes clientelares se expresan de formas distintas, algunas aseguran haber sido residentes a las ofertas intercambio clientelar y otras prefirieron guardar discreción sobre su participación en intercambios de favores. Este último grupo expresó desafección hacia políticos y partidos que hicieron ofertas de empleo, mejoras de viviendas y condiciones de vida en procura de lograr una decisión del voto que les fuera favorable en el proceso electoral del 2020, lo que constituye una posible participación no expresada.

INFORMACIÓN POLÍTICA

Un número casi absoluto de involucradas en este estudio obtuvieron información política de los representantes y/o dirigentes de los Partidos Políticos en la comunidad de Ingenio Nuevo como se refleja en la tabla 3. Los datos revelaron que las entrevistadas percibieron tener información política suficiente para decidir el voto en el

TABLA 3. INFORMACIÓN POLÍTICA EN MUJERES ELECTORAS ENTREVISTADAS, AÑO 2020.

NOTA: CREACIÓN PROPIA CON DATOS SUMINISTRADOS POR LAS ENTREVISTADAS.

	ENTREVISTADAS	INFORMACIÓN POLÍTICA IDENTIFICADA			¿DE DÓNDE?
		PERCEPCIÓN	PARCIAL A	COMPLETA B	
	Jakaira	SUFICIENTE		*	MEDIOS DE COMUNICACIÓN
	Maira	SUFICIENTE	*	0	DIRIGENTES/ PARTIDOS POLÍTICOS
	Margaret	SUFICIENTE	*	10.0	MEDIOS DE COMUNICACIÓN
	Pamela	SUFICIENTE	*	75.0	-
	Anadelia	SUFICIENTE	*	10.0	DIRIGENTES POLÍTICOS
	Lorena	SUFICIENTE	*		DIRIGENTES POLÍTICOS
	Romina	SUFICIENTE	*		CIUDADANOS COMUNES
	Jocabed	SUFICIENTE	*		CIUDADANO COMUNES
	Rosibel	SUFICIENTE	*		DIRIGENTES COMUNES
	Daira	SUFICIENTE	*		DIRIGENTES POLÍTICOS
	Esther	SUFICIENTE	*		CIUDADANOS COMUNES

NOTA:

A. Se refiere a que las participantes mostraron información política incompleta. Por ejemplo: conocimiento básico de quienes eran los aspirantes sin detalles de propuestas.

B. Se refiere a que las participantes mostraron tener conocimiento no solo de las candidaturas sino de otras cuestiones que enlazan el panorama electoral.

proceso del 2020. Sin embargo, sus opiniones mostraron una tendencia dominante de información parcial o insuficiente, esto debido a que solo se descubrió que manejaban la información relacionada a candidaturas puntuales sobre los partidos que se identificaban, en lugar de un manejo más general sobre otras opciones y criterios de elección.

Las electoras reconocieron a los dirigentes políticos como suplidores principales de información política por encima incluso de los medios de comunicación. **Es decir, una decisión del voto con información limitada e influenciada por las agendas partidistas en lugar de obedecer al análisis más objetivo de las opciones disponibles.**

Las electoras reconocieron a los dirigentes políticos como suplidores principales de información política por encima incluso de los medios de comunicación. Es decir, una decisión del voto con información limitada e influenciada por las agendas partidistas en lugar de obedecer al análisis más objetivo de las opciones disponibles. De manera que, los códigos inherentes de los partidos políticos alteraron la ruta de información política completa proporcionando la idea de un bajo conocimiento político para la toma de decisiones del voto. Para retratar, lo manifestado por algunas participantes:

"La persona [dirigente político] que siempre nos dice no vamos a ir con fulano por esto, por esto".

Daira Ruíz
joven, desempleada

"Porque a veces yo iba a algunas reuniones [políticas]. Siempre iba a reuniones del (...) [Partido político] iba y las cosas que hacían y escuchaba y así".

Rosibel Mejía
adulta, emprendedora

"Hay personas [dirigentes políticos] que orientan a uno y le dan a veces esos folleticos de tal, que ahí te dice cuál es cada cual y uno sabe eso como quiera".

Anadelia Reyes
adulta, profesional, profesional, desempleada

Otra tendencia, aunque representada por un número reducido de participantes, está encabezada por los medios de comunicación como vía para recibir información política. Se evidenciaron dos perfiles distintos: por un lado, los medios funcionan como herramienta complementaria para llenar vacíos informaciones sobre candidaturas, especialmente aquellas encabezadas por aspirantes que no forman parte del entorno cercano de las electoras en cuestión. Esa modalidad advierte que toda la información de la

participante no proviene de los medios de comunicación Sin embargo la coloca como útil. Por otro lado, la penetración de casos virales de la campaña que procuraron colocar historias a través del bombardeo mediático. La primera, corresponde a parte de un proceso, la segunda, a la incidencia del consumo de publicidad política durante la campaña. Para evidenciar estos dos modelos de consumo de información política las opiniones de dos de las participantes:

"La mayoría, principalmente de los presidenciales, que no son del entorno de uno a uno la información a veces la recibe hasta por los medios de comunicación, que se puede decir que no son 100% segura". Agregó, "Yo creo que desde el principio sabía".

Jakaira Araujo

adulta, ama de casa, desempleada

"Sí, según él hablaba [candidato] según su situación. Mira que trajo una mujer de Chile" [haciendo referencia a un clic que se viralizó por televisión y redes sociales sobre una dominicana varada en Chile].

Margaret González

adulta mayor, ama de casa, desempleada

Aunque Jakaira Araujo dice que lo tomó como fuente para informarse, pone la desconfianza hacia la credibilidad en los medios convencionales sobre temas políticos convencionales. Esto refleja que es una mujer que pone cuidado a la información que consumirá y no se trata de un simple consumismo informacional. A la inversa de Margaret, cuya referencia son los eventos mediáticos específicos con narrativas anecdóticas, que generan percepciones políticas, de ahí que su decisión del voto tenga una carga emocional a diferencia de Jakaira Araujo que se relaciona con un diseño más cuidadoso de información lo que se acerca a la racionalidad del voto.

Otras modalidades de voto político fue la tradición familiar, que resultó en una arraigada conexión sentimental con un partido político.

Este lazo brindó una estabilidad al momento de decidir, sin embargo la búsqueda de continuidad generacional limita la exploración de otras opciones políticas(...)

Es notorio una identificación con el partido y otra con un candidato. Sin embargo el deseo de cambio ocasionó que funcionara de manera diferenciada. Por un lado, el deseo de cambio en la identificación partidaria, viendo al partido como el agente de transformación. La afinidad con un partido específico se convirtió en la base de la esperanza para lograr dicho cambio, atribuyendo al partido la capacidad de realizar las modificaciones deseadas. Por el contrario, la expectativa en un candidato, significó un asignamiento de la capacidad a un líder político para impulsar las transformaciones más allá de las estructuras partidarias. Es decir, aunque su decisión del voto tuvo la misma esencia de cambio, no concurrieron por el mismo camino.

Otras modalidades de voto político fue la tradición familiar, que resultó en una arraigada conexión sentimental con un partido político. Este lazo brindó una estabilidad al momento de decidir, sin embargo la búsqueda de continuidad generacional limita la exploración de otras opciones políticas, incluso, sale con tal fortaleza que se coloca por encima de cualquier situación que amerite una elección diferente. Las dos de las entrevistadas expresaron que:

"Aunque no gane el partido de uno, gane o pierda como quiera". añadió: "Por eso más fue que yo me decidí siempre a votar a un solo partido por mi mamá". También dijo: "Yo le dije hablé claro, yo no soy de ese partido".

Maira Andújar

adulta, ama de casa, desempleada

"Siempre en mi familia, siempre han apoyado un partido, yo como que subí con eso de ese partido, me gusta ese partido y al estar ahí con la cosa [política] con los demás". Agregó: "Desde un principio, si estaba segura por quien iba a votar, me simpatizaba mucho él (...)"

Daira Ruíz

joven, desempleada

La visión general sobre estas expresiones aunque con elementos, elementos distintos como la percepción de liderazgo de un candidato, el apego generacional hacia agrupación política, la aversión hacia ciertas afiliaciones, todas esas versiones cumplen con la identificación política como principal motivo del voto. Para verificar, algunas de estas variaciones:

"Lo que más tomé en cuenta, fue el empuje, que yo vi que tenía ese hombre [candidato presidencial] para ganar". "Mi motivación fue no quedar (...) en la primaria, entonces como apoyaba al otro partido, esa fue mi motivación".

Rosibel Mejía
adulta, emprendedora

"Tenía que votar por el Diputado de ellos mismos, la línea completa". [Se refiere a un línea de un mismo partido]".

Romina Luna
adulta, empleada doméstica

"Yo nunca he votado blanco. A mí no me gusta votar blanco". [Blanco es el color que identifica un partido]. "Nunca me ha llamado la atención este (...)". [Refiriéndose a un candidato de 2020].

Anadelia Reyes
adulta, profesional, profesional, desempleada

Factores Económicos

La mayoría de las mujeres votantes afirmaron haber pensado en aspectos relacionados con la evaluación económica para tomar sus decisiones, sin embargo como se puede observar en la figura 2, las mismas fueron debilitadas por la preponderancia de la Identificación Política. En concordancia, se consideró un patrón que donde existió las dos variables la identificación por partidos o candidatos dejó poco espacio para un voto económico racional completo, lo que se traduce es una decisión del voto con limitaciones racionales fruto de la convivencia con la variable política del voto. Además cabe destacar que solo Jakaira se colocó con único voto racional económico completo, que en su caso, coincide con la no existencia de una identificación política de acuerdo a sus expresiones. En añadidura, su método cuidadoso para asumir la Información Política proporcionada por los medios de comunicación como principal proveedor y no de dirigentes políticos como fue la tendencia.

Al detalle, la evaluación económica en algunas de las participantes se caracterizó por una visión crítica sobre el desempeño gubernamental en términos de oportunidades económicas laborales.

Al detalle, la evaluación económica en algunas de las participantes se caracterizó por una visión crítica sobre el desempeño gubernamental en términos de oportunidades económicas laborales. Las expectativas depositadas en el gobierno estuvieron vinculadas directamente con la posibilidad de obtener empleo o mejoras económicas. De igual manera, la idea inherente de estas mujeres electoras fue el cambio o la llegada de un nuevo gobierno, que en ese contexto electoral del 2020 representó una oportunidad de experimentar cambios de mejoras en el ámbito laboral.

"Yo fui a votar porque...bueno. Te digo uno a veces espera una ayuda, espera si algo, no sé, un trabajito o algo que le consiga".

Daira Ruíz
joven, desempleada

"Yo pensé, (...) quizás con el nuevo presidente que quería, tenía la posibilidad (...) y tenía el pensamiento de conseguir un empleo".

Rosibel Mejía
adulta, emprendedora

*"Decidir a ver si cambiaba, hasta los empleos,
(...) a ver si consigue empleo el que viene".*

Lorena Almonte

adulta, ama de casa, desempleada

El deseo de cambio, tal como se refleja en las voces de las mujeres pobres de Ingenio Nuevo, planteó una insatisfacción profunda hacia el desempeño del gobierno que dirigía el país en 2020. De ahí, que la búsqueda de cambio se originó en una percepción negativa que cuestionaba la eficacia del gobierno en cuanto sus necesidades de empleo y bienestar económico. Entonces, los elementos que compusieron la evaluación económica limitada correspondieron a la esperanza de un nuevo liderazgo político que pudiera proporcionarles oportunidades económicas y laborales mejoradas.

Las electoras mencionadas anteriores mostraron tener interés en el cambio de gobierno, motivado por la aspiración de conseguir un empleo pasadas las elecciones del 2020. Aunque esta no fue la única motivación de su voto, es evidente, que su racionalidad electoral estaba limitada por las condiciones de pobreza y la falta de oportunidades. En este sentido, su capacidad para tomar decisiones se vio socavada por el desempleo. Así, entendieron que votar por ciertos candidatos (as) podría aumentar sus posibilidades de conseguir un trabajo, lo que demuestra cómo su comportamiento electoral se moldeó por las necesidades básicas que caracterizan su vida cotidiana. Este esquema mental limitado les impedía realizar una evaluación más completa y profunda de las propuestas políticas.

Sin embargo es importante destacar, que una de estas electoras presentó racionalidad más completa pues, basado en una evaluación económica más generalizada, profunda y ponderativa en su toma de decisión del voto.

Los argumentos de dicha participante versaron así:

"Yo usualmente cuando voy a votar, yo me conduzco especialmente por la situación económica. Por ejemplo, yo tomo en cuenta como están los productos alimenticios, al ser

El deseo de cambio, tal como se refleja en las voces de las mujeres pobres de Ingenio Nuevo, planteó una insatisfacción profunda hacia el desempeño del gobierno que dirigía el país en 2020.

De ahí, que la búsqueda de cambio se originó en una percepción negativa que cuestionaba la eficacia del gobierno en cuanto sus necesidades de empleo y bienestar económico.

ama de casa, al ir al supermercado, casi siempre eso es una de las cosas que más me lleva a decidir por quién o por lo o por quien no debo de votar”.

Jakaira Araujo

adulta, ama de casa, desempleada

(...) su capacidad (Jakaira Araujo) de evaluar la gestión económica sugiere que realizó un proceso de decisión del voto más reflexivo y fundamentado en la información.

Se puede observar su perspectiva más compleja abarcó la situación económica del país, reflejando una conciencia crítica más amplia que se nutrió de su experiencia como ama de casa. Además, su capacidad de evaluar la gestión económica sugiere que realizó un proceso de decisión del voto más reflexivo y fundamentado en la información. Esto contrasta con la tendencia general por demostrar una mayor consideración hacia las políticas económicas y el desempeño gubernamental al momento de votar.

“(...) Siempre se motiva es por el costo de la comida. A ver si aparece un gobierno que por lo menos(...) o haya empleo, que la gente pueda hacerlo, que la comida baje.

Maira Andújar

adulta, ama de casa, desempleada

Factor Cultural: Machismo

Las 11 mujeres entrevistadas demostraron tener una tendencia de no elección de candidaturas femeninas. Al examinar los datos, se relucieron patrones que justificaron esa falta de apoyo en las boletas presentadas en 2020. La razón principal, se dirigió hacia los hacia los partidos políticos que se expresó de las siguientes maneras:

"Los partidos que nosotros teníamos, no había mujeres. La gente de nosotros no había mujeres".

Pamela Andújar

joven, ama de casa, desempleada

TABLA 4. APOYO DE MUJERES A CANDIDATURAS FEMENINAS EN LAS ELECCIONES DE 2020

NOTA: JAKAIRA Y ANADELIA NO RECORDARON HABER MARCADO O NO LA CARA DE UNA MUJER EN LOS PROCESOS ELECTORALES 2020.

	ENTREVISTADAS	¿VOTÓ POR UNA MUJER?	
		APOYO	NO APOYO
	Jakaira	-	-
	Maira		*
	Margaret		*
	Pamela		*
	Anadelia	-	-
	Lorena		*
	Romina	*	
	Jocabed	*	
	Rosibel		*
	Daira		*
	Esther		*

"Porque nada más me fijaba en el candidato que iba a hacer". Confirmó "Masculino".

Lorena Almonte,
adulta, ama de casa, desempleada

*"En realidad no tenía conocimiento de ninguna, y como que ninguna de las que veía.
.. No sé, no me daban como esa seguridad".*

Rosibel Mejía
adulta, emprendedora

La falta de apoyo de parte de estas mujeres electoras estuvo relacionada con la percepción de falta de visibilidad y reconocimiento de candidatas en comparación con sus contraparte masculinas.

"Tal vez del partido que yo estaba no había una candidata que sea mujer, pero no sé, creo que no había candidatas mujeres, o sea, en el partido que yo estoy".

Daira Ruíz
joven, desempleada

"No, porque cuando subrayé no había, no voy a la cara de ninguna mujer".

Esther Camacho
joven, empleada privada

La falta de apoyo de parte de estas mujeres electoras estuvo relacionada con la percepción de falta de visibilidad y reconocimiento de candidatas en comparación con sus contraparte masculinas. Este argumento se refuerza con el caso contrario de un número menor de mujeres que sí apoyaron candidaturas femeninas, motivadas por elementos de conexión personal, experiencias previas y cercanía con las candidatas, factores ausentes en quienes decidieron no votar por mujeres aspirantes. Para evidenciar este razonamiento, a continuación se presentan los testimonios de las participantes:

"Porque, yo estaba relacionada con el grupo de las mujeres de esa persona".

Jocabed Santos
adulta, ama de casa, desempleada

"Yo subrayé por quien iba a votar de los hombres y subrayé una mujer". "Porque, como te digo, por la forma como habla la gente, por lo menos fulana sí, ella ayuda a la gente.

Rosanna

adulta, empleada doméstica

Ambas, muestran cómo las relaciones personales y percepciones individuales influyeron en el apoyo hacia candidatas mujeres, revelando un "componente emocional" en la toma de su decisión del voto. Este componente emocional se refiere a los sentimientos de las electoras hacia las candidatas, los que la lleva a justificar en función de la cercanía o empatía más que en una evaluación racional de sus propuestas. Este fenómeno estuvo vinculado con la corriente de la Identificación Política, donde la identidad compartida o los vínculos emocionales prevalecen sobre otros factores de decisión del voto.

Sin embargo, al analizar estos testimonios, también es necesario criticar cómo este componente emocional estuvo influenciado por estereotipos de género. En lugar de valorar a las candidatas por su capacidad política o su experiencia, las electoras destacan su cercanía o el hecho de que "ayudan a la gente", reforzando la idea de que las mujeres en política deben ser cuidadoras o apoyar a otros para ganar reconocimiento. Estos estereotipos limitan la percepción de las mujeres como líderes políticas completas y perpetúan la idea de que su valor en la política está relacionado con su rol tradicional de cuidado.

(...) también es necesario criticar cómo este componente emocional estuvo influenciado por estereotipos de género.

En lugar de valorar a las candidatas por su capacidad política o su experiencia, las electoras **destacan su cercanía o el hecho de que "ayudan a la gente", reforzando la idea de que las mujeres en política deben ser cuidadoras o apoyar a otros para ganar reconocimiento.**

comportamiento electoral. Sin embargo, se identificó matices adicionales, sugiriendo que la influencia de la pobreza no fue directa, lo que implica una diferencia respecto a los hallazgos de los autores en cuestión, quienes presentaron el nivel socioeconómico como un factor determinante y directo.

(...) se identificó matices adicionales, sugiriendo que la influencia de la pobreza no fue directa, lo que implica una diferencia respecto a los hallazgos de los autores en cuestión, quienes presentaron el nivel socioeconómico como un factor determinante y directo.

Lo anterior se explica, porque aunque las participantes estuvieron en situación de pobreza y sus decisión del voto tuvo elementos comunes, no fue posible identificar un solo patrón decisonal, pues sus comportamientos electorales dependen de cómo cada una experimentó su condición de pobreza en relación con los demás factores. Esta idea coincide con lo planteado por Cruz (2004), quien a pesar de estar en contra de la consideración de los factores socioeconómicos y la marginación como determinantes de comportamiento electoral. Se ajusta a mi planteamiento, cuando expresa que los ciudadanos en esa situación no mantienen un patrón de comportamiento determinado por esa situación.

Identificación Política y evaluación económica

Ante dicha complejidad, la identificación con partidos y/o candidatos (as) emergió como factor importante y concurrente en la mayoría de electoras entrevistadas, convirtiéndose en un articulador clave que permitió establecer el hilo conductor para el análisis. Esto se justifica con lo destacado en el estudio de Rojas (2018), quien identificó su influencia no solo en el nivel de afiliación, sino también en la manera en que la ciudadanía entiende la política y actúa en la selección de su clase dirigente. De tal manera que le da un sentido más extendido, con calidad de filtro político y social. En ese sentido, sostiene Barrios (2021), que la identificación partidista contribuye a que los ciudadanos puedan tomar decisiones políticas de manera más sencilla, esto se debe a que las decisiones del voto están orientadas por partidos.

Retomando el argumento inicial, el carácter vinculante de la identificación partidaria y/o candidato (a) es consecuencia de la misión democrática de los partidos políticos, sin embargo se identificó que su interacción con los factores que conformaron la decisión del voto de estas

(...) el lazo afectivo hacia el partido o candidatos evidenció falta de autonomía, lo cual significó que no hubo capacidad de independencia de su apego emocional por su partido o candidato (a) de preferencia, en conclusión su decisión no fue racional.

La explicación radica en que la evaluación al gobierno vigente en 2020 partió de las necesidades personales de las participantes, más no de un malestar económico generalizado. Este planteamiento discrepa con lo encontrado por Crespo, Emeterio et al (2005), quienes obtuvieron, que los votantes suelen tomar sus decisiones electorales basándose en consideraciones generales como la percepción global de la región y el gobierno, dejando en segundo plano temas específicos como el bienestar personal. Añade que sucede para evitar un proceso lo aumenta. Por lo tanto, acepta que a partir de los temas particulares, como lo hicieron las mujeres electoras de Ingenio Nuevo, se garantiza un esfuerzo mínimo en el procesamiento de información, por depender del autoconocimiento de su realidad.

Sin embargo, aunque esto pudiese sugerir que estaban buscando soluciones concretas a los problemas que afectan su vida cotidiana, el solapamiento implicó un esquema de ponderación de propuestas y candidaturas limitadas que favorecieron solo a los partidos que prefirieron. Esto provocó una situación que distancia las posibilidades de colocar sus aspiraciones de mejora de vida en la agenda pública mediante decisiones del voto coherentes. En otras palabras, el lazo afectivo hacia el partido o candidatos evidenció falta de autonomía, lo cual significó que no hubo capacidad de independencia de su apego emocional por su partido o candidato (a) de preferencia, en conclusión su decisión no fue racional. Por lo tanto, les impidió gerenciar su mecanismo de elección de forma efectiva con el propósito de influir en su propia realidad y en la sociedad en que viven, de tal manera que dejó de lado la de potenciar su voto como herramienta de resistencia de las mismas desigualdades que la condicionan.

Clientelismo Político

Como es evidente, la resistencia a recibir dádivas a cambio de voto, se caracterizó por provenir de mujeres mayoritariamente con una Identificación Política fuerte.

Las 11 mujeres entrevistadas tomaron su decisión del voto inmersas en un contexto clientelar normalizado durante los procesos electorales de 2020 en la comunidad rural de

(2022), quien demostró que las dádivas y los regalos influyen significativamente en la decisión del voto. También contradice lo hallado por Rodríguez (2015d), quien encontró que los niveles de pobreza expresados en las necesidades básicas insatisfechas, tienen un grado de influencia considerable en la opción electoral de los ciudadanos (as). Quizás, la respuesta a esta contradicción está en que en un número significativo de las mujeres electoras entrevistadas, la identificación política prevaleció en la decisión del voto superando las ofertas materiales o inmediatas asociadas al clientelismo político.

Esto tiene su explicación a que en una parte importante de las mujeres electoras de Ingenio Nuevo, la identificación Política se impuso deteniendo operación clientelar en las decisiones del voto. Esto es similar a lo señalado por Sanchez (2012), que observó que las personas consideran las motivaciones que anteceden a la decisión del voto como la lealtad de partido. planteó que ese sentido de pertenencia, les brindó confianza en sus decisión del voto, reduciendo su susceptibilidad a ser influenciadas por estrategias clientelares desplegadas en la comunidad por dirigentes y representantes políticos que se constituyeron en “patrones”. Entonces, la mayoría de estas mujeres que se identificaron con candidatos y partidos fueron menos susceptibles a ofrecimientos clientelares por lo que mantuvieron una cierta autonomía de los intentos se socavó su decisión del voto por una clase política que no las ve más allá de las elecciones.

Información Política

El presente estudio reveló que la pobreza generó un efecto desencadenante para la toma de decisión del voto entre la mayoría de las mujeres entrevistadas, la cual produjo que la adquisición de información no fuera completa. En este contexto de pobreza, la falta de tiempo de estas electoras debido a las actividades domésticas y de cuidado dificultó el desarrollo de un modelo de socialización más robusto, que limitó su conocimiento político para tomar decisiones electorales mejor informadas más allá del simple saber de conocer los candidatos. Este hallazgo se alinea con lo planeado Ferrín, Fraile et al (2019), quienes argumentan que la brecha de género en el conocimiento político es en parte atribuible a las responsabilidades

No dejar de lado, las características limitantes de los estudios con enfoque cualitativo, por no poder extrapolar los resultados a poblaciones más generales. Por el número reducido de participantes, este estudio no es la excepción.

Referencias Bibliográficas

- › Alzate, J., & Ávila, C. A. (2020). Comportamiento electoral de los ciudadanos de Bogotá en las elecciones a la alcaldía de 2019 a la luz del nivel socioeconómico. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12495/3896>.
- › Arteaga-Barba, M., López Escamilla, K.G., Monroy Sánchez, K., Pérez León, J.R., Guzmán-Díaz, G., & Cisneros Herrera, J. (2021). Aproximación socio-histórica y psicoanalítica del machismo y sexismo. *Boletín Científico De La Escuela Superior Atotonilco De Tula*, 8(15), 45-50. Recuperado de: <https://doi.org/10.29057/esat.v8i15.6305>
- › Auyero, J. (2001). La política de los pobres: las prácticas clientelistas del peronismo.
- › Ediciones Manantial. Barrios, F. M. (2021). Comportamiento electoral en el Magdalena Medio 2006-2019. *opera*, 29, 89-114 doi: Recuperado de: <https://doi.org/10.18601/16578651.n29.06>
- › Brea,R., Duarte, I., Seligson, M., & Domingo, S. (2005). Resultados de la IV Encuesta Nacional de Cultura Política y Democracia (Demos 2004). Vanderbilt University.
- › Brussino, S., Alonso, D., & Imhoff, D. (2015). Dimensiones culturales, afectivas y cognitivas del comportamiento de voto al kirchnerismo. *Psicología & Sociedad*, 27, 351-361.
- › Cabanillas Guerra, A. L. (2022). Factores que influyeron en la decisión del voto de los ciudadanos del Departamento de Lambayeque en las elecciones generales, 2021.
- › Cabanillas Guerra, A. L. (2022). Factores que influyeron en la decisión del voto de los ciudadanos del Departamento de Lambayeque en las elecciones generales, 2021.

- › Campbell, A., & Converse, P. (n.d.). *The American Voter*, Miley, Nueva York.
- › Capra, C. M. (2014b). Racionalidad limitada y procesos de decisión. Recuperado de. https://www.researchgate.net/publication/242099816_RACIONALIDAD_LIMITADA_Y_PROCESOS_DE_DECISION
- › Capra, C. M. (2014a). Racionalidad limitada y procesos de decisión. Recuperado de. https://www.researchgate.net/publication/242099816_RACIONALIDAD_LIMITADA_Y_PROCESOS_DE_DECISION
- › Castro, M. (2015b). Comportamiento electoral. Influencia determinante de los factores a corto plazo en la decisión del voto de los electores a la alcaldía del Municipio de Soledad (atlántico) Colombia, año 2011. *Justicia Juris*, 11(1), 100-107.
- › CEPAL, Comisión Económica para América y el Caribe. (2022). *Feminización de la pobreza en América Latina*. Recuperado de. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/48132>
- › Crespo, À. H., San Emeterio,, Á. A., & del Bosque, I. A. R. (2005). Determinantes de la intención de voto y el apoyo al gobierno saliente: aproximación empírica desde la teoría del procesamiento de la información. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 14(4), 171-184.
- › Cruz Parceró, L. M. (2004). Comportamiento electoral de los sectores marginados en el Distrito Federal. *Estudios políticos (México)*, (1), 227-245.
- › Domingo, S. P.J. (2012). Estudio sobre los factores que determinaron el comportamiento electoral de los habitantes del Municipio Libertador del Estado Mérida en las elecciones de 2008 y 2010 Universidad de Los Andes-Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas-Postgrado en Ciencias.

- › Escudero, A. H. (2008). Clientelismo político y calidad democrática. Una evaluación del impacto de las relaciones clientelares en la calidad de la Democracia.
- › Fernández Poncela, A. M. (2006). Mujeres y política en América Latina: dificultades y aceptación social. *Argumentos*, 19(51), 117-143.
- › Fernández Poncela, A. M. (2014). Mujeres candidatas en la mira: percepciones y representaciones ciudadanas. *Revista mexicana de sociología*, 76(1), 59-88.
- › Ferrín Pereira, M., Fraile Maldonado, M., & García Albacete, G. M. (2019). Adult roles and the gender gap in political knowledge: a comparative study. Recuperado de: DOI: 10.1080/01402382.2019.1577069
- › GALLUP. (2023). Estudio Nacional de temas Económicos, Sociales y Políticos, Informe Final.
- › Gómez, R., & Balbuena, A. (2021). Organización Social de los cuidados: Políticas, normas, actores, instituciones y desafíos en República Dominicana. Recuperado de: <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/fescaribe/18072.pdf>
- › Gramacho, W. (2006). Partidos Políticos versus Voto Económico. Un primer análisis comparado. Avance de Investigación, Universidad de Salamanca.
- › Gruenberg, C. (2010, noviembre). Pobreza, género y derechos en las políticas contra la pobreza. Conectando el género y el clientelismo en los programas de transferencias condicionadas. In documento de trabajo preparado para la conferencia Clientelismo político, políticas sociales y la cal.
- › Haak, D. S. (2010 b). Los enfoques teóricos sobre el comportamiento electoral. Perú, Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de: https://fhu.unse.edu.ar/carreras/soc/socpolitica/enfoque_comp_electoral.pdf
- › Haak, D. S. (2010 a). Los enfoques teóricos sobre el

- comportamiento electoral. Perú, Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de: https://fhu.unse.edu.ar/carreras/soc/socpolitica/enfoque_comp_electoral.pdf
- › Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2020). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Recuperado de: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64591365/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n._Rutas_cuantitativa_cualitativa_y_mixta-libre.pdf
 - › Insulza, J. M., Ramdin, A. R., Zamora, K. C., de Icaza, G., Brière, D., & Sénecal, C. (n.d.).
 - › Estudio sobre Participación Electoral en América Central. Recuperado de:
 - › Janampa Lloclla, D., & Sicha Ramos, L. (2021). Actitudes políticas y comportamiento electoral de los ciudadanos en las elecciones Municipales del Distrito de Anco Huallo en el periodo 2018. Recuperado de: http://190.119.174.92/bitstream/handle/UNAMBA/998/T_0635.pdf?sequence=1&isAllowed=y
 - › Jiménez, O. F. D., Cabrera, S. M. P., & Domínguez, E. T. (2012). Capítulo 5. Dimensiones y tendencias del comportamiento electoral en México (2012-2021).
 - › Kuschick, M. (2004). Teorías del comportamiento electoral y algunas de sus aplicaciones.
 - › Recuperado de: <https://doi.org/10.22201/fcyps.2448492xe.2004.190.42433>
 - › López Montiel, G. (1994). Identidad partidaria, candidatos y grandes temas en la decisión electoral. Estudios Políticos, (5). Recuperado de: <https://doi.org/10.22201/fcyps.24484903e.1994.5.59598>
 - › Lozano, J. L. S. (2002). La decisión del elector: partidismo, racionalidad-economía y estructura social. *Reis*, 98, 139–169. Recuperado de: <https://doi.org/10.2307/40184442>

- › Lozano, W. (2013). La razón democrática: cultura política, desarrollo y clientelismo en la República Dominicana. Unibe, Centro Bono, FLACSO, Fundación Friedrich Ebert Stiftung.
- › Lozano, W. (2023 a). La Política del Poder. La Crisis de la Democracia Dominicana en el siglo XXI.
- › Lozano, W. (2023b). La Política del Poder. La Crisis de la Democracia Dominicana en el siglo XXI.
- › Mejía Coyote, M. (2018). De la comunicación política a la información política. Desde el uso de las páginas oficiales de los candidatos del PRI y el PAN en Facebook: El caso de las elecciones para gobernador en el Estado de Nayarit en el periodo 2017. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.11799/95305>
- › Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo. (2017). Plan Para el Desarrollo Económica y Local San Cristóbal. Recuperado de: <https://mepyd.gob.do/wp-content/uploads/drive/DIGEDES/>
- › Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo. (2023). Feminización de la pobreza en República Dominicana: Probabilidad de Transición y Trampas de La Pobreza. Recuperado de:
- › <https://mepyd.gob.do/publicaciones/feminizacion-de-la-pobreza-en-republica-dominicana>
- › Montecinos, E. (2007a). Análisis del comportamiento electoral: De la elección racional a la teoría de redes. Revista de Ciencias Sociales, 13(1), 9-22.
- › Montecinos, E. (2007b). Análisis del comportamiento electoral: De la elección racional a la teoría de redes. Revista de Ciencias Sociales, 13(1), 9-22. Recuperado de: <https://ve.scielo.org/pdf/rcs/v13n1/arto2.pdf>
- › Morales Castro, Y. R. (2015a). Comportamiento electoral. Influencia determinante de los factores a corto plazo en la decisión del voto de los electores a la alcaldía del Municipio de Soledad (Atlántico) Colombia, año 2011. Justicia Juris, 11(1), 100-107.

- › Morales Castro, Y. R. (2015b). Comportamiento electoral. Influencia determinante de los factores a corto plazo en la decisión del voto de los electores a la alcaldía del Municipio de Soledad (Atlántico) Colombia, año 2011. *Justicia Juris*, 11(1), 100-107.
- › Oficina Nacional de Estadísticas, ONE. (2022, marzo 30). Boletín demográfico y social 2022. Recuperado de: <https://www.one.gob.do/publicaciones/2022/boletin-demografico-y-social-2022>
- › Ortega Vázquez, A.I., Almanza Valadez, Y., & Cobilt Cruz, E.C. (2023). Pobreza y política: un vistazo al clientelismo en zonas marginadas en México . *JÓVENES EN LA CIENCIA*, 21, 1–6. Recuperado de: <https://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/4058>
- › Pachón, M., Peña, X., & Wills, M. (2012). Participación política en América Latina: Un análisis desde la perspectiva de género. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 32(2), 359-381.
- › Pérez, A., & Rodríguez, A. (n.d.). Comportamiento electoral y economía conductual: Influencia de los sesgos cognitivos en el contexto electoral. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, (15), 31-46. Recuperado de: DOI: Artículo <https://doi.org/10.37135/chk.002.15.02>
- › Pérez, A., & Rodríguez, A. (2021). Comportamiento electoral y economía conductual: Influencia de los sesgos cognitivos en el contexto electoral. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, (15), 31-46. Recuperado de. <https://doi.org/10.37135/chk.002.15.02>
- › Pignataro, A. (2017). Lealtad y castigo: comportamiento electoral en Costa Rica. *Revista Uruguaya de Ciencia Política*, 26(2), 725. Recuperado de: <https://doi.org/https://doi.org/10.26851/rucep.v26n2.1>

- › PNUD, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2023). Índice de Pobreza Multidimensional con foco en mujeres para América Latina y el Caribe. Recuperado de: <https://www.undp.org/es/latin-america/publicaciones/indice-de-pobreza-multidimensional-con-foco-en-mujeres-para-america-latina-y-el-caribe>
- › Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Junta Central Electoral (JCE) y el Tribunal Superior Electoral (TSE) en el marco del proyecto “Diálogo Político de Género”. (2018, Mayo). Más mujeres, más democracia. Recuperado de: https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/do/pnud_do_estudiomujerespoliticasRD.pdf
- › Quintero Timaná, D. A. (2019). Configuración de preferencias electorales en el municipio de La Cruz–Nariño, en torno al plebiscito por la paz en Colombia (Master’s thesis, Quito, Ecuador: Flacso Ecuador). Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10469/15609>
- › Quiroga, M. M. (2008). La primera mujer presidenta de Chile: ¿Qué explicó el triunfo de Michelle Bachelet en las elecciones de 2005–2006?. *Latin American Research Review*, 43(1), 7-32.
- › Ratto, M.C. (2020a). Otra vez la economía: La influencia de la agenda económica en las elecciones 2019. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11336/146103>
- › Ratto, M. C. (2020b). Otra vez la economía: La influencia de la agenda económica en las elecciones 2019. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11336/146103>
- › Roca Luque, F. (2016). Factores que influyen en la decisión del voto de los ciudadanos del distrito rural de Ocosingo en las elecciones presidenciales-2016.
- › Rodríguez, S. L. (2015a). Comportamiento electoral en el Perú: Un análisis del rol de las variables sociodemográficas y socioeconómicas en las elecciones presidenciales en la primera vuelta de 2006 y 2011. *Revista de Ciencia Política y Gobierno*, 2(3), 51-80.

- › Rodríguez, S. L. (2015b). Comportamiento electoral en el Perú: Un análisis del rol de las variables sociodemográficas y socioeconómicas en las elecciones presidenciales en la primera vuelta de 2006 y 2011. *Revista de Ciencia Política y Gobierno*, 2(3), 51-80.
- › Rodríguez, S. L. (2015c). Comportamiento electoral en el Perú: Un análisis del rol de las variables sociodemográficas y socioeconómicas en las elecciones presidenciales en primera vuelta de 2006 y 2011. *Revista de Ciencia Política y Gobierno*, 2(3), 51-80.
- › Rodríguez, S. L. (2015d). Comportamiento electoral en el Perú: Un análisis del rol de las variables sociodemográficas y socioeconómicas en las elecciones presidenciales en la primera vuelta de 2006 y 2011. *Revista de Ciencia Política y Gobierno*, 2(3), 51-80.
- › Rojas Scheffer, R. A. (2018). Entre la tradición y el afecto: La identificación partidaria en Paraguay. *Novapolis*, (13).
- › Ruiz, J. D. C. (2013). Recuperado de. Caracterización del comportamiento electoral colombiano desde una perspectiva multidimensional. Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/Juan-Cardenas-31/publication/291330941_Caracterizacion_del_comportamiento_electoral_colombiano_desde_una_perspectiva_multidimensional/
- › Sáez Lozano, J. L., & Jaime Castillo, A. M. (2010). Un modelo adaptativo de la decisión de voto. El caso de España. *Política y gobierno*, 17(2), 321-349. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/603/60327299004.pdf>
- › Schuler, P. (2023). ¿Las expectativas de clientelismo penalizan a las candidatas en las elecciones legislativas?. *Estudios Políticos Comparativos*. Recuperado de: <https://doi.org/10.1177/00104140231204248>

