

## La Arqueología del Voto y sus Representaciones Sociales

María de Lourdes Guzmán Pardo

*María de Lourdes Guzmán Pardo es originaria de Monterrey, Nuevo León. Egresada de Licenciatura en Sociología de la U.A.N.L., actualmente trabaja en la dependencia de participación ciudadana del municipio de Santa Catarina, Nuevo León; además practica el género de Ensayo.*

El ensayo que van a leer está consagrado al voto [El vocablo "voto" proviene del latín *votum* y significa ofrenda o promesa hecha a los dioses. A menudo se le utiliza como sinónimo de "sufragio" que, también, proviene del latín *sufragium* que se traduce como ayuda, favor o socorro. De hecho se le a utilizado indistintamente. Si se atiende a las acepciones de estas voces admitidas, comprobaremos como se les ha dado un significado religioso, que quizá, sigue perdurando hasta nuestros días. (Cfr. Diccionario Electoral Latinoamericano. Edit. SXXI. Chile, 1980).], con miras a ofrecer los elementos de reflexión teórica en torno a la práctica significativa de votar y, al mismo tiempo, busca conocer las premisas psicosociales, traducidas en representaciones sociales, que inducen a los ciudadanos a emitir su punto de vista en el momento de una elección.

Dicha teoría tienen como fundamento la constante remodelación del entorno social y la construcción subjetiva, por parte de los actores/as sociales, de los procesos de identidad con los que orientan y definen su comportamiento; es decir, el imaginario que construye el sujeto a partir de su realidad (y sobre todo como se apropia de dicho imaginario). Esta perspectiva nos ayudara a ubicar, y a dar un verdadero valor al voto, dentro de una sociedad democrática donde aquel interviene como un mecanismo que permite la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones de diversa índole.

Antes de abordar la teoría que se ha mencionado hemos de hacer algunas consideraciones sobre la democracia, ya que ésta ha sido un concepto central del discurso político de nuestros días (y es precisamente el voto lo que le da sustento). Es, de acuerdo con su definición más amplia, el gobierno del pueblo, por el pueblo y para el pueblo. Como principio, el sistema democrático reconoce al voto como categoría universal y, en el terreno del funcionamiento, aparece como requisito de reconocimiento general; a saber, los representantes y gobernantes deben ser elegidos por medio de sufragio. Reconociendo, así, que cada ciudadano, independientemente de su posición social, debe representar un voto y sólo uno. Aceptando, con ello, que el medio más adecuado para la toma de decisiones es por el criterio mayoritario; claro está, respetando en todo momento el derecho de las minorías. En resumen, la legitimidad de un gobierno deriva de la legalidad en su elección, y lo que otorga tal estatus jurídico es el voto.

Las circunstancias precedentes han propiciado una utilización indistinta de las voces sufragio y voto por parte de gran cantidad de analistas políticos -lo mismo sucede entre democracia y elecciones, pero los comicios son tan solo un método (entre otros muchos) para la selección de gobernantes, en tanto democracia es una forma de vida social- sin embargo, por nuestra parte, creemos conveniente deslindarlos, aun a sabiendas de que entre ambos existe una indiscutible analogía.

Por nuestro lado, entendemos que el hecho de votar no es solamente una función sino que es un derecho constituido en la convivencia cotidiana (social) propia del hombre y de la mujer, no en cuanto a ser humano sino en cuanto a ser ciudadano miembro de un Estado. El voto constituye, pues, una forma de expresión de voluntad política y, si bien es cierto, deriva del previo derecho subjetivo del sufragio también viene siendo una determinación o decisión que corresponde a otros espacios políticos. Votan, también, los vecinos en reuniones comunitarias; los diputados y senadores/as en asambleas legislativas; los magistrados y jueces en tribunales colegiados; los estudiantes en asambleas escolares; los directores/as en grupos directivos y en todo cuerpo de deliberación de instituciones, ya sean éstas públicas o privadas. Este sería el verdadero significado del voto dentro de las sociedades que se precian de ser democráticas, donde el votar no se reduce tan solo a elegir a un partido durante una contienda electoral, simulando una simple representación que se representa sino que es un proceso de participación permanente en la toma de decisiones.

No obstante, las elecciones son uno de los instrumentos más efectivos para la socialización política de los ciudadanos; por ello, la retomaremos como campo de análisis para determinar las representaciones sociales que se hacen los individuos de la política. De hecho la acción de emitir el voto es considerada, por la ciudadanía, como la principal vía de educación en el complejo proceso de participación ciudadana.

En un sistema democrático los comicios no solo sirven para elegir, para socializar políticamente a la ciudadanía o como mecanismo legitimador, sino que producen un efecto de igualdad política que ningún otro proceso político a logrado. En el momento de emitir el voto quedan abolidas todas las diferencias que existen en la vida cotidiana. Durante el sufragio la máxima "un voto, uno ciudadano" iguala todas las desigualdades; desaparece todas las diferencias (de sexo, ideología, clase social, religión y/o raza) frente a la posibilidad de que cada voto vale exactamente lo mismo: ante la urna todos somos iguales. Sucede lo mismo en otro tipo de agrupaciones: en asambleas comunitarias, juntas escolares cada vecino,, cada estudiante ante la urna vendrían siendo todos iguales. En teoría, es este el perfil más sugerente del valor del voto, y por tanto, el que más aporta para la vida democrática de una sociedad. En la práctica, de nuestro sistema político, nos encontramos en la etapa en la que se prueban y decantan mecanismos y procedimientos que conforman el marco para generar la confianza que permita a los actores/as tomar decisiones relevantes. Esto deriva de la larga lista de manipulaciones y alteraciones de la voluntad de los electores en la historia de los comicios de nuestro país (Noemí Luján Ponce: 1999).

El acto de voluntad política posee un campo conceptual y de participación muy amplio, que va desde la más firme convicción (pasando por una discrepancia eventual) hasta la más abierta hostilidad. Los modelos de votantes que pudimos observar son, por un lado, los que manifiestan que sí votaran y lo harían con la misma lógica de siempre y, por el otro, los que optan por lo desconocido respecto a lo conocido -especificando sus preferencias y procedimientos- (Cristina Pizzonia:

1991). En cualquiera de los casos la clasificación nos parece que refleja las estrategias, pero no necesariamente corresponde a la representación social que se hacen los ciudadanos del voto.

## DE LA REPRESENTACIÓN SOCIAL AL VOTO

Ubicamos este estudio en el periodo previo al sufragio del México del 2000; describimos el contexto del análisis como el de la percepción de comicios nacionales trascendentales donde las impresiones ciudadanas se orientan hacia "el momento del cambio" y hacia "la alternancia" como la mejor vía para renovar el poder y, así, entrar a un nuevo siglo. Por lo anterior, se asume que la próxima sucesión presidencial de nuestro país se desarrollará bajo un proceso muy participativo con la esperanza de mejoras en la vida de la comunidad y de la familia, pero, al mismo tiempo bajo una polarización ciudadana, según la cual las elecciones venideras pueden ser para bien o pueden resultar contraproducentes.

Cabe aclarar que en cuanto a representaciones sociales se refiere, aludimos a la concepción moscoviciana que define a aquellas como un sistema de valores, nociones y prácticas relativas a los objetos, aspectos o dimensiones de la realidad que circunda al sujeto; a su vez, reconoce, que éstas son un instrumento para la elaboración de respuestas ante determinadas situaciones (Moscovici: 1991). Todo ello se estructura a partir del impacto de la información y conocimiento de la vida social. De aquí se desprende que los mensajes recibidos por los medios de comunicación (principalmente por el televisor) a través de comentarios, debates, noticias, anuncios son elementos significantes que transmiten formas de comprender y de percibir, influyendo para provocar rechazos o afinidades, actos o pasividades. En el contexto de las elecciones, la ciudadanía tiene un conocimiento que depende, entre múltiples causas, de las distintas fuentes informativas, de los tipos y las formas típicas de su participación política, así como del imaginario que construyen los sujetos a partir de su realidad. Es un hecho que las campañas de los candidatos y de los partidos políticos en la presente contienda electoral están a cargo de los mass mediam, a diferencia del pasado donde las campañas eran diseñadas directamente por las estructuras partidarias. Un punto central que nos permitirá aterrizar esta tesis son los datos presentados por el IFE en la conferencia sobre el impacto de los medios de comunicación en las presentes elecciones, que se llevó a cabo en la Cd. de México el 22 de junio del año en curso, donde se reportan los resultados de más de 2000 horas de monitoreo continuo. Destacando, no solamente, la desigualdad del tiempo que dispusieron los partidos políticos en televisión (el PRI dispuso de más del 24 % del tiempo; el PAN, del 19 %; el PRD del 13 %; el PARM del 5 % y, los demás entre el 4 y el 5 %) sino que además los tonos y volúmenes también variaron. Es evidente, asimismo, la inclinación de cada televisora -TELEVISA, por ejemplo, se define más por el PRI mientras que TVAZTECA lo hace por la Alianza por el Cambio.

El estudio de las representaciones sociales del voto busca desarrollarse bajo la óptica que plantea conocer las profundidades del pensamiento de 'lo político', lo electoral, de la democracia, del régimen, o bien, partir del impacto de éstos; todo ello visto desde el ángulo propio de la ciudadanía. Es decir, el imaginario que del sistema político elaboran los ciudadanos comunes y corrientes y con el cual construyen sus respuestas, mostrando, con ello, su cultura política; aquí, la pregunta sería: qué es lo que los ciudadanos piensan de la democracia y cómo la materializan por medio del voto.

Por otra parte, y en un sentido estrictamente teórico, este estudio busca conocer los procesos bajo los cuales el/la ciudadano como uno construye y elabora, a partir de sus versiones de la votación, un modelo de la realidad política y de su funcionamiento. Esta línea de pensamiento nos permitirá reflexionar sobre las formas de la arqueología de la cultura política y nos orientará en cuanto a los razonamientos que la ciudadanía formula para aceptar determinados mensajes sociales y políticos y formar, con ellos, sus opiniones, reforzar valores y confirmar su identidad.

A manera de hipótesis, asumimos que el conocimiento del proceso electoral, y en particular del voto, parece desprenderse de un conocimiento directo. En un plano psicosocial, lo que se conoce de las elecciones es qué estas determinan el rumbo del país y, socialmente, determina también sus vidas. De este modo, la representación social del voto, tanto como el proceso electoral mismos y las opciones políticas, cobran sentido para los ciudadanos y para sus propias acciones.

En el tan esperado "año del cambio", como se le ha denominado al año 2000, resulta fundamental conocer algunas de las significantes que construyen los ciudadanos en cuanto a la política como un campo para lograr las transformaciones sociales que se buscan. Indiscutiblemente, el papel de las elecciones es el que elige la ciudadanía como el camino más viable para lograrlo. Por ello, es requisito conocer la tendencia del voto, siempre y cuando sean conocidas las razones por las cuales se elige una u otra opción. De igual manera, vale la pena conocer los motivos del rechazo (o abstención) y su clasificación entre las diversas opciones. Podemos decir, que este conocimiento es parte de la perspectiva que la sociedad desarrolla de sí misma a través de mayorías y minorías.

Para construir una imagen coherente de su realidad política-social los ciudadanos no requiere de un conocimiento especializado de política. Es suficiente con descifrar, de manera constante, los elementos informativos disponibles y cercanos, es decir, basta confrontar la información de segunda -o hasta de tercera- mano que le permita contextualizar su entorno, focalizar las propuestas y elaborar su propia categorización social ante la necesidad de asumir postura y recibir una orientación para la acción. Estas son las referencias generales para su representación. Así, el referente ciudadano del proceso electoral, del mensaje ideológico y de la socialización de valores que se proponen a través de aquel, es una clave de lectura importante para esta investigación. Para nosotros, esto se puede conocer desde las opiniones, las actitudes y las expectativas políticas de los ciudadanos.

Como ya lo señalamos con anterioridad, dichos referentes -los datos, las normas, los valores, etc- que permiten a los sujetos sociales estructurar una imagen coherente del proceso, provienen fundamentalmente de los medios de comunicación masiva (en especial el televisor y la radiotransmisión, respectivamente). Otros de los significantes es la relación simbólica que crean los ciudadanos con los candidatos, tales significantes se encuentran determinados por las llamadas "referencias de la autoridad personificada". Tradicionalmente, la máxima autoridad personificada es la figura del

presidente, de hecho el presidencialismo sigue siendo la figura mítica por excelencia en el imaginario de la ciudadanía de nuestros días.

Para la teoría que nos ocupa, es fundamental precisar los elementos metodológicos que hagan accesibles determinados cuerpos de imágenes con significado, es decir, el campo de los referentes que permite la interpretación de lo que sucede; elegir las categorías adecuadas para clasificar individuos, fenómenos o circunstancias. (Jodelet citado por Concepción López y Manuel González : 1995)

Una de las técnicas metodológicas que nos permiten conocer las representaciones sociales de los sujetos sobre los objetos sociales es la observación participante; como su nombre lo indica, el observador participa, activamente, con los actores/as sociales en el terreno mismo de su actuación. Pero como señala Moscovici, estos métodos de observación han de utilizarse de tal manera que nos permitan descubrir esquemas de relaciones y acciones que no se habían detectado anteriormente y que bajo nuestro campo de análisis permitirán encontrar la relación entre la comunicación, los procesos ideológicos y la inducción del voto. (Moscovici: 1991).

En nuestro estudio hemos utilizado la observación participante y la entrevista como técnica para indagar las opiniones -la verbalización del conocimiento sobre el objeto (el voto)-, así como, el significado y el contenido sobre el mismo. Con este procedimiento se analizan los argumentos de 100 ciudadanos de diferentes grupos sociales de 20 años en adelante, que fueron abordados en diversas circunstancias, y de manera aleatoria, en los meses de mayo y junio de 2000.

A cada uno de los ciudadanos abordados se les cuestionó sobre los mismos temas. La guía de entrevista abierta (temática) fue elaborada por lecturas previas sobre cultura política, representaciones sociales y teoría de la democracia en general. Dicha guía facilitó la delimitación de nuestro propósito pero al mismo tiempo permitió la apertura de las cuestionantes y las respuestas. Logramos, así, una concentración de la conceptualización de la que disponía cada entrevistado, de sus conocimientos organizados según sus propios significados, el simbolismo, la deconstrucción y la dinámica que genera tal lógica.

La muestra se diseñó buscando representatividad en cuanto a edad, género, estrato social y oficio o profesión. Aplicándose, únicamente, en el área metropolitana de Monterrey. Ésta estuvo conformada por 51 % de mujeres y el 49 % por el sexo masculino (tratando de igualar el padrón electoral del estado). La población interrogada fue definida en cinco grupos: profesionistas, estudiantes, empleados (del sector público), obreros y amas de casa. La escolaridad de los últimos tres grupos oscila entre enseñanza elemental, secundaria y carreras técnicas y/o comerciales.

Para el tratamiento de la información se procedió al análisis del discurso (en cuanto a su contenido y significación) que nos permitió agrupar las respuestas en: modalidades de pensamiento concreto, comprensión y dominio del entorno social, material e ideal y orientación hacia la comunicación en relación con el voto (Jodelet: 1988). De esta manera el material discursivo obtenido fue reagrupado en categorías que pueden ser consideradas como representaciones sociales, dadas las características de articulación frente al escenario electoral y por los niveles de orientación hacia la práctica significante de votar y la acción directa.

Cabe hacer un paréntesis para reconocer que la teoría de las representaciones sociales es novedosa en cuanto formula "nuevos conocimientos" partiendo del sentido común y tomando en cuenta la óptica propia de la ciudadanía. Y en el estudio que nos ocupa partiendo de la atmósfera que se respira en el entorno electoral, se puede llegar a definir tomas de posición respecto a otros eventos de la vida social.

Cerrando el paréntesis y volviendo al aspecto metodológico, es necesario señalar que el estudio que realizamos tiene como telón de fondo la búsqueda de los elementos que nos ayudarán a entender la construcción de justificantes para creer que basta con la participación electoral (de unos comicios tan controvertidos de la historia de México) para lograr el tan esperado cambio, sin ir más allá -con la participación dentro de la democracia participativa- para lograrlo. Por lo anterior, uno de nuestros propósitos al presentar estos resultados es el de medir la lógica del pensamiento con la que los ciudadanos construyen su imaginario para otorgar valor al voto solamente en el sufragio. En amplias capas de la población existe la convicción de emitir el voto depositando la confianza en sus candidatos deslindándose, así, de la participación constante que se requiere para la transformación de un periodo de transición como el que estamos viviendo.

La primera lectura de los datos nos permite observar que no hay una diferencia significativa entre los actores/as de menor y mayor grado de instrucción en cuanto a las respuestas de tipo conceptual [ Para adoptar aquí una categorización y terminología Bourdieuana quien reconoce tres niveles de respuestas: La conceptual, la instrumental y la indicativa. Cf. Bourdieu P. La production de la croyance, Actes de la Recherche in Sciences Sociales.,n. 13, 1977 ]. Contrariamente a lo que se supone, que las personas con mayor instrucción recurrirían a definiciones conceptuales. En cuanto a las respuestas donde se dan detalles de la vida empírica del sujeto (respuesta instrumental) las diferencias son más marcadas; los profesionistas y los estudiantes definen la participación política y electoral en términos de ejercerla, en mayor proporción que el resto de los entrevistados.

En el sentido de procurar una mejor perspectiva analítica, referimos algunos elementos de contexto que nos parece necesario mostrar en relieve. La amplia controversia y la efervescencia en la sucesión presidencial de nuestro país, tanto por las formas como por las diversas ópticas e intereses que involucra, imprime a las respuestas de los ciudadanos una connotación particular, ya que se refieren a la peculiar situación contemporánea respecto al conflicto ideológico de los distintos actores de nuestra sociedad, dentro del milenio que inicia, en torno al cambio. Casi la mitad de los entrevistados opinó que buscaba el cambio, ubicándolo en el espacio de la utopía: una apuesta al futuro; mientras que otros lo desean respetando las instituciones tradicionales: iglesia, familia. Aunque las respuestas son asumidas para un contexto ciudadano

particular, sus posibilidades de interpretación y generalización se pueden aplicar a otras esferas de la población, confiriendo un sentido propio a la dinámica de la cultura política de nuestro entorno.

Así, las diversas formas de comprensión de 'lo político' y sus categorizaciones permiten conformar las representaciones sociales que del voto se hace la ciudadanía. Podemos ver que la actitud predominante hacia el voto en los entrevistados es neutra (neutralidad en el sentido de lo indefinido sobre el impacto que tiene "su" voto), sin embargo, hay grandes diferencias entre los que tienen actitud positiva y los que la tienen negativa. Por ejemplo, en los estratos de mayor instrucción hay una mayor positividad que, por decir algo, entre las amas de casa. La actitud deriva de la interacción entre el individuo y su entorno social, aquí la conversación cotidiana, combinada con los medios de comunicación, son elementos importantes.

Veamos, pues, cuales son las fuentes de información de nuestros actores/as sociales: en primer lugar, como era de suponer, es el televisor, seguido de la radiotransmisión, la prensa (revistas y periódicos, respectivamente) y, en último lugar, los anuncios publicitarios y los carteles. De los diarios informativos el más leído -como era de esperar- es El Norte, seguido El Diario y los otros no llegan a figurar (no se diga los de circulación nacional); aunque podemos observar que un alto porcentaje (70 %) de los entrevistados no lee ningún periódico.

Una observación intergrupala nos permite afirmar que en cuanto a sus preferencias televisivas es el entretenimiento el tema más solicitado; seguido de las noticias, los programas políticos y, por último, los temas culturales. En cuanto a los noticieros existe un mayor interés entre los profesionistas y los empleados, decreciendo entre las amas de casa. La programación de corte político no goza de la preferencia de los entrevistados, no obstante, se detectó que es más aceptada entre los hombres que entre las mujeres. Las causas de esto último oscila entre la percepción de que la política es "corrupción y fraude" o que "es abstracta y poco importante". Al contrario de lo que sucede con la variable voto, percibiéndolo como una herramienta concreta y a su alcance para lograr el cambio. No relacionan este último con la política, más bien, lo ven como un deber cívico.

La significación que tiene el voto para los sujetos de nuestro estudio es lo que nos permite medir el grado de politización del entorno. Podemos observar en nuestros datos que se ve al voto más como una obligación que como un acto político (tanto en el sentido como en la función). Ven la necesidad de participar en los comicios venideros para sanjar "la cultura del fraude" haciendo valer la voluntad emitida. Lo preocupante es que aun no tienen la respuesta del cómo.

Unas de las circunstancias que se requiere destacar de este escenario, es la que se refieren a la polarización de las opiniones ciudadanas, que van más allá de las elecciones. Podemos decir que se ha producido una gran efervescencia ideológica sobre como debe ser el cambio y quién debe hacerlo.

#### LAS REPRESENTACIONES SOCIALES DEL VOTO ELEMENTOS PARA EL ANÁLISIS

Las respuestas de los ciudadanos consultados se agruparon en cuatro categorías de representación social, las cuales a su vez se catalogaron a partir de las funciones que dichos sujetos le asignaron al voto. Clasificación que elaboramos a partir de las respuestas: sus componentes, sus personajes y actores y sus funciones, que muestran los símbolos que representan a partir de la práctica significativa de acuerdo a los comicios.

En cuanto al modelo de análisis aplicado no se debe tomar como verdadero o falso sino 'útil', utilidad evaluada en su capacidad para describir, explicar y predecir acciones sociales. El cuadro siguiente muestra, pues, los significantes del voto conforme a la opinión de la ciudadanía.

LAS REPRESENTACIONES SOCIALES DEL VOTO		
TIPOS	COMPONENTES	FUNCIONES
VOTO INSTITUCIONAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emiten sus propuestas en comicios Nacionales (ciudadanos).</li> <li>• Participación en elecciones internas de partidos políticos para elegir a los puestos de elección popular (militantes y simpatizantes).</li> <li>• Predominantemente optan por el PAN (militantes y simpatizantes).</li> <li>• Partidos y candidatos diferentes al PAN (preferentemente el PRI y el PRD) (ciudadanía mayor de 18 años).</li> <li>• Profesionistas y/o servidores públicos.</li> <li>• Toma de decisiones en los cuerpos Legislativos.</li> <li>• Participación en juntas de decisión de vecinos, asambleas escolares, etc. (ciudadanía en democracia participativa).</li> <li>• Participación en consultas ciudadanas, referéndum, etc. (ciudadanos, civil, organizaciones, sociedad no gubernamentales)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La búsqueda del poder como mecanismo que active:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La continuidad del PAN en el gobierno local.</li> <li>2. La posibilidad del cambio con el triunfo de la Alianza por el Cambio.</li> <li>3. La competencia a ultranza del poder por el poder mismo.</li> </ol> </li> <li>• Buscan poder y beneficio propio.</li> <li>• Oposición contra el PRI.</li> <li>• No se busca tan solo el poder sino el cambio social a partir de diferentes modalidades de participación.</li> <li>• Busca beneficio comunitario y asume su responsabilidad en la construcción de la democracia.</li> <li>• Da valor a la participación política como institución social.</li> </ul>

ANULACIÓN DEL VOTO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quienes participan a la hora de una elección anulando su papeleta por no confiar en el proceso electoral.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demostración de inconformidad.</li> </ul>
ABSTENCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quienes manifiestan su negativa a votar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No les gusta votar.</li> <li>• No existe identificación de funciones.</li> </ul>

En cuanto a la intención del voto, nos parece apropiado utilizar las categorías que sugiere Pizzonia en su estudio de tendencias electorales (Cristina Pizzonia: 1991) esto es, la forma en que lo pueden manifestar: La intención del voto se puede esquematizada del siguiente modo:

TIPOLOGÍA DEL VOTO DE ACUERDO A SU INTENCIÓN		
<b>INTENCIÓN POSITIVA</b> (quienes verbalizan que sienten compromiso al votar)	<b>VOTO MANIFIESTO</b>	Duro: Quienes están seguros de su voto futuro y otras actitudes y percepciones de su elección.  Blando: Tiene reservas de lo que elegirá y otras percepciones y de mas percepciones de lo que se plantea.  Indeciso: o tiene preferencia aunque manifieste intención positiva.
	<b>VOTO NO MANIFIESTO</b>	Quien tiene intención positiva pero no verbaliza su preferencia electoral.
<b>INTENCIÓN NEGATIVA</b> O <b>ABSTENCIÓN</b> (quienes verbalizan que no les gusta votar o que no creen en el proceso de elección)	<b>ABSTENCIÓN MANIFIESTA</b>	Quienes manifiestan su negativa a votar.
	<b>ABSTENCIÓN POTENCIAL</b>	

De manera general, los cuadro muestran distintas tipologías en relación con el voto. Las funciones e intenciones asignadas se determinaron conforme a las distintas opiniones, valores y creencias vertida por los ciudadanos consultados. El sentido de la organización de estos cuatro "tipos" de representación social se estructuró en relación con el cambio, esto es, si los actores/as lo buscan y lo esperan a partir de la emisión de su voto o, bien, si van más allá.

Podemos observar en nuestros datos que el voto i) no es valorado suficientemente por nuestros entrevistados, en el análisis que realizamos resulta ii) una ausencia o una mínima información en torno a que su voto vale y es fundamental en una toma de decisiones, en algunos casos iii) aún cuando no existe un cierto grado de información, el acto de votar no esta relacionado con su vida cotidiana.

Seguramente la discusión tanto como los cuestionamientos y la reflexión nos llevarán a modificar estas categorías. Por lo pronto, dichas categorías nos permite aprehender las "teorías" que el hombre de la calle elabora sobre el voto y las elecciones.

Estas representaciones sociales del voto han puesto de manifiesto tres aspectos que queremos destacar:

El estudio de las representaciones sociales del voto en nuestra entidad se llevó a cabo en un contexto de comicios presidenciales y en un ambiente de urgencia de los cambios del poder público y de lo político. Ello arrojó que los patrones de comportamiento de los electores estaban inducidas por el gobierno local, los medios de comunicación y las formas tradicionales de la política (cultura parroquial, presidencialista y subordinada) usurpando la esperanza de la gente respecto al cambio.

Las condiciones que permiten reconocer las representaciones sociales del voto en este contexto se vinculan necesariamente con el diagnóstico del partido en el poder y con la consecuente conceptualización de la relación entre ciudadano y poder público.

De aquí que podemos concluir que conocer las representaciones sociales del voto es importante en tanto que regula el resultado de los comicios en una dinámica política donde se presume que hay fraude.

Las representaciones sociales que sobre el voto se descubren no constituyen una sola faceta, por el contrario son referencias dinámicas, complejas y vinculadas entre sí con la representación social de la política. Por lo tanto el significado que adquiere el voto implica una determinada posición de acuerdo a las representaciones de la autoridad personificada y a las personalidades simbólicas -que han destacado en las ramas del espectáculo, el deporte, etc.- y no a propuestas concretas y viables. Así como las funciones que se le asignan (primordialmente como una forma de participación definitiva).

La coexistencia de representaciones permite observar determinada intención ciudadana para construir sus identidades específicas. El valor social que se confiere al voto es importante, en tanto le otorga una legalidad al sistema, y una legitimidad en cuanto al cambio social. Del mismo modo que se reconoce una autovaloración de los ciudadanos en la participación de la construcción de la sociedad democrática que buscamos.

## REFLEXIONES FINALES

Uno de los resultados que el estudio arrojó fue la lección de reconocer que si se requiere darle determinado valor al voto esto se debe hacer a través de la organización de los significados que la ciudadanía misma le otorga, ya sea éste un efecto de la propaganda o de las interrelaciones cotidianas. Lo que se detectó es que la asociación cognitiva que hace la ciudadanía del voto es que éste es un "objeto directo" para ejercer la democracia, es decir, que no requiere de acciones de apoyo para materializarla.

Podemos decir que los procesos electorales ponen en juego un conjunto de imágenes, y es la actividad propagandística, (esencialmente la controversia) la que permite la elaboración de las representaciones finales. Esta situación de intercambio masivo permite suponer un nivel mínimo de participación activa en la medida en que la práctica significativa la dedican a la elaboración y reelaboración de las diversas informaciones y no a la acción directa. Con ello, la participación política cotidiana no avanza de una manera proporcional con la participación electoral, ya que ésta se esfuma al conocer los resultados de éste.

Pensamos, igualmente, que la participación política no avanza de una manera proporcional con la participación electoral cotidiana ya que ésta no permite tener cierto conocimiento de su realidad política, social y económica, y por lo tanto, existe una lenta evolución de la cultura política de la ciudadanía.

B En lo que se refiere a la credibilidad del proceso electoral presente, los resultados del estudio lo catalogan neurálgico para los próximos comicios y para la futura participación ciudadana. Ya que aún persisten rasgos de la "cultura del fraude".

C. Nos arriesgamos a afirmar que la categoría de cambio no pertenece a ningún partido político contendiente en este proceso electoral sino que es un ideal (perse) que pretende alcanzar la ciudadanía como resultado final del próximo 2 de julio.

Para concluir, hemos de aclarar que estos son a penas algunos puntos para un análisis más amplio sobre la arqueología de la cultura política democrática. Consideramos que resulta importante para la sociología política conocer el imaginario que el/la ciudadano se forma del sistema político, ya sea a partir del proceso electoral o a partir de la participación ciudadana. De construyendo la dinámica de la sociedad tendríamos la posibilidad de definir y fomentar tal o cual esquema de participación política y reactivar el voto para la transformación constante que la democracia participativa exige, que nos permita llegar al cambio y, de allí, mirar hacia un mundo mejor.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Acosta, Ma. Teresa; Reflexiones Políticas y psicología social, en GRACIELA A. MOTA, Cuestiones de psicología; Política en México. UNAM-CRIM. México, 1990.
2. Bobbio, N; El futuro de la democracia. FCE., México, 1984.
3. Bourdieu, P.; La production de la croyance, Actes de la Recherche in Sciences Sociales, n. 13. París, 1977.
4. Canclini García, Néstor; Las culturas populares en el capitalismo. Nueva Imagen. México, 1982.
5. Crespo, José A.; Frenar la compra e inducción del voto, en Este País. México. Núm. 24. Abril, 1999.
6. Doise, W.; Attitudes et représentations sociales, en DENISE JODELET, Les Représentations Sociales; París. PUF, 1989.
7. Jodelet, D.; Las representaciones sociales: fenómenos conceptos y teorías, en SERGUE MOSCOVICI; Psicología Social II. Paidós. Barcelona, 1984.
8. Moscovici, Serge; Psicología Social II y la vida social, psicología social y problemas sociales. Paidós. Barcelona, 1986.

9. Milosz, Czeslaw; El poder cambia de manos. ORBIS. Barcelona, 1955.
10. Luján Ponce, Noemí; La construcción de la confianza. IFE. Serie: ensayo núm. 6. México, 1999.
11. Pacheco, Ladrón de Guevara; Geografía electoral en Nayarit, en Ciudades México, Red Nacional de Investigación Urbana. Pp.37 -43
12. Peschard, J.; Las motivaciones de comportamiento electoral capitalino (1988), en ALONSO J, (Coor). Cultura; Política y educación cívica. Porrúa. México, 1994.
13. Pizzonia, Cristina V.; Los modelos en los estudios de tendencia electoral: Un análisis metodológico, en Revista Izta - palapa- UAM. NÚM. 23, México, 1991. pp.147 - 160.;
14. Pizzonia, Cristina V.; "Rasgos de la Cultura Política en el México Contemporáneo", Revista A. UAM - A. Vol. IX.. - núm. 23/24, 1988.
15. Sorensen, M. L. S.; Reading dress: The construction of social categories and identities in Bronze Age; Europe, Journal of European Archaeology 5, 1997. Pp. 93 -114.
16. Sartori, G.; Teoría de la Democracia. El debate contemporáneo. Alianza Universal. México, 1988.

#### GUIA DE ENTREVISTA EL VOTO

Fecha: \_\_\_\_\_

Sexo: a) H b) M

Edad: \_\_\_\_\_

Oficio o profesión: \_\_\_\_\_

1.- ¿Acudes a las urnas? a) Si b) No

2.- ¿Qué significa para tí el voto? (sentido del voto)

Deber  
Derecho  
Ambos  
Ninguno de los dos

3.- Para qué sirve el voto?

Sólo participar  
Participar para el cambio  
Creeo en el proceso  
Para ser escuchado  
Por deber  
Es un derecho

4.- Si las elecciones fueran mañana usted por quien votaría?

A) PAN B) PRI C) PRD D) PCD E) VERDE ECOLOGISTA F) PARM G) PDS

5.- ¿Ese deber u obligación de decidir solamente lo llevas a cabo en las elecciones o en otros aspectos de tu vida? ¿en cuáles?

6.- ¿Qué es para ti (ud.) la política?

7.-¿ Confías en cómo se va a desarrollar las elecciones del 2 de julio, o sea, en que todo es transparente, que no habrá anomalías, etc?

8.- ¿En estos momento de que conoces más de las elecciones o del FOBAPROBA?

9.- ¿ Si se te dieran a elegir, el mismo día de las elecciones, donde votar si para elegir a tus representantes o decidir que se va ha hacer con el FOBAPROBA, tu cual crees que es más importante?

10.- ¿ Cómo te enteras de lo que sucede en torno a las elecciones? (en conversación con tus vecino/as, por la radio, por televisión u otro medio?)