

GABRIELA SALAZAR*

La dimensión sociológica del voto: estudio sobre las motivaciones del voto en Monterrey

Sociological Dimension of Voting: A Study on Motivating Voting in Monterrey

La acción une a la persona con la colectividad.
Giddens, 1976.

RESUMEN

El presente artículo, sobre las motivaciones del voto, indaga en las causas por las que una persona decide ejercer una acción, cuando puede no realizarla –en México no existen sanciones para quien no acuda a votar. El estudio se sitúa en la ciudad de Monterrey (Nuevo León, México) realizado en el periodo 2008-2013. Los objetivos de investigación son: identificar las motivaciones individuales y sociales que provocan el voto; describir la forma en que se manifiestan en el actor y determinar qué tipo de motivaciones tienen mayor influencia entre los votantes de Monterrey. Los resultados del trabajo arrojan que, en Monterrey, a pesar de que se combinan motivaciones sociales e individuales en la acción de votar, predominan las que tienen su origen en dinámicas de tipo social, concretamente el fenómeno de la integración social. Esta dimensión sociológica del voto proviene del apego a una cultura en la que el respeto a las normas sociales y los valores compartidos guían de manera importante el comportamiento de las personas, incluyendo el ejercicio del voto.

ABSTRACT

The present article is a synthesis of doctoral research on motivation in the process of voting. It examines the reasons why a person decides to take action when he/she cannot carry it out. The study took place in Monterrey, Nuevo Leon, Mexico during the period 2008-2013 as part of my doctoral thesis in social sciences at the Tecnológico de Monterrey, Monterrey Campus. The aims of this research, therefore, were to identify the motivations of an individual and of a social nature that lead to voting, to describe how they are manifested in the voter, and to determine what type of motivations have a major influence in the voters in Monterrey. The results of this research work show that, in Monterrey, in spite of the fact that there are both social and individual motivations to vote, what predominates are those having their origin in the dynamics of a social nature, concretely the phenomenon of social integration. This sociological dimension of the vote comes from adhering to a culture in which respect for social norms and shared values guide people's behavior, including voting.

35

* Coordinadora técnica del Instituto de Administración Pública del Estado de México, México,
salazargabriela@hotmail.com

Recibido: 17 de marzo de 2014/Aceptado: 18 de diciembre 2014

Palabras clave: motivaciones del voto, valores, normas, cultura.

Keywords: voting motivation, values, norms, culture.

PUNTO DE PARTIDA

Además de la pregunta planteada y de los objetivos, el presente trabajo partió de tres supuestos: votar es una acción, la acción es resultado de motivaciones, y la acción tiene componentes de tipo individual y social.

Para el punto –votar como una acción– se construyó una primera definición con la cual trabajar en el transcurso de la investigación teórica y empírica. “Votar es la acción voluntaria de una persona en la que, mediante el mecanismo del sufragio, materializa su elección respecto a quién o quiénes ostentarán un cargo público”.

El segundo supuesto se deriva de la teoría sociológica y supone que la acción proviene de una intención –propósito, causa o sentido– del actor. El tercer punto es que acción puede descomponerse en elementos individuales y sociales. Este asunto es problemático pues resulta muy difícil separarlos, y como lo comprobamos en el trabajo de campo, siempre aparecen superpuestos. Sin embargo, metodológicamente la separación resulta útil para la comprensión y explicación; es lo que Giddens (1976) llama deconstrucción individuo-sociedad.¹

Además, la pregunta de investigación tiene dos aspectos contextuales relevantes que la hacen aún más compleja. El primero es, el desprestigio de la política y de los partidos en nuestro país y en el mundo entero; el ciudadano siente desconfianza hacia el conjunto de instituciones mediante las que se dirimen las cuestiones públicas. Podríamos decir que hoy, más que nunca, el ciudadano está desconectado de la política y se siente lejano de ésta.² Sin em-

¹ ¿Qué significa desechar el dualismo individuo/sociedad? De ninguna manera significa negar que existen sistemas y formas de colectividad con sus propiedades estructurales definitorias. Tampoco se quiere dar a entender que esas propiedades estarían en algún modo “contenidas” en las acciones de cada individuo situado. Cuestionar el dualismo del individuo y sociedad, supone querer deconstruirlos a los dos. (Giddens, 1976, p. 15).

² En México, la más reciente edición de la *Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas*, (ENCUP) coloca a los partidos políticos en el último lugar respecto a la confianza ciudadana en las instituciones. (Méjico. Secretaría de Gobernación, 2010, p. 36). En Nuevo León, el estudio más reciente –de hecho el único– sobre el elector, señala que para los neoloneses, el grado de importancia que le dan a los siguientes aspectos es: 100% a la familia, 87% amigos, 94% el trabajo y 58% a la política. 92% dijo no haber tenido una experiencia, vivencia o acontecimiento significativo relacionado con políticos, gobernantes o autoridades, 46% de los neoloneses dijo que no se ha avanzado en materia de corrupción (Nuevo León. Comisión Estatal Electoral, 2009b, p. 66).

bargo, seguimos votando en Nuevo León con una media de 59% en los últimos 15 años. Votar refrenda la reproducción de un sistema político y de partidos que aparentemente son rechazados por la sociedad. Si bien muchos no votan en la entidad (41% global), la mayoría sí lo hace. ¿Por qué? Puede parecer un despropósito o un acto “irracional” regenerar un sistema que se rechaza ejerciendo la acción básica que lo reproduce.

El segundo aspecto es más filosófico. Desde su surgimiento a finales del siglo XVIII, el sufragio universal ha sido la máxima expresión de individualidad. El sufragio rompió con un esquema social de privilegios mediante el principio de igualdad política entre las personas. Un voto es un individuo, una voz, una opinión. El sufragio en nuestras sociedades y en nuestras leyes es universal, libre, secreto, directo, personal e intransferible. El voto se nos presenta, al menos en sus definiciones conceptuales como la apoteosis de la individualidad. Desde la perspectiva histórica y de la teoría política, ha prevalecido la idea del sufragio como el reflejo de la individualidad. ¿Expresa hoy el voto esa individualidad?

EL VOTO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA ACCIÓN

Marco teórico metodológico de la investigación

El abordaje teórico de la investigación fue estudiar el voto desde un concepto contemporáneo de las Ciencias Sociales: *la acción*. En el apartado teórico de la investigación completa se analiza ampliamente el concepto de acción, desde los albores de la teoría sociológica, hasta la actualidad. Se revisa cómo el concepto se inserta en las teorías estructurales en las que el individuo no presenta relevancia frente al todo social, hasta que éste se convierte en el concepto central de la sociología contemporánea, que pone de manifiesto la relevancia del actor, sujeto o agente en la construcción del orden social.

37

Aunque el trabajo tiene como hilo conductor el concepto de acción, desde la sociología, el estudio hizo también una revisión minuciosa de los tres modelos desarrollados por la teoría política (sociológico, sicológico-social y racional), primeramente, porque ellos son el marco conceptual de la mayor parte de los trabajos sobre el voto realizados en el mundo.

Sería imposible en el presente artículo, exponer los modelos teóricos revisados, ya que por su profundidad y complejidad, sintetizarlos resultaría desafortunado y no reflejaría la riqueza de sus aportaciones. Para fines de este trabajo, describiremos en cambio, los resultados obtenidos del análisis de di-

chos modelos, que derivaron en categorías analíticas muy precisas, y que, en conjunto, nos llevaron a la construcción de un modelo analítico propio con el que se organizaron, interpretaron y analizaron los resultados empíricos de la investigación.

Comenzaremos con los tres enfoques teóricos de la Ciencia Política, diciendo que no son «puros», sino que comparten puntos en común. En cada uno de ellos se observa un predominio de factores sociales o individuales en el acto de votar. El resultado del análisis nos permite señalar que el voto es resultado de una serie de factores y dinámicas complejas que van entrelazando las decisiones individuales con los procesos de carácter social.

Si aplicamos la pregunta de investigación³ de este trabajo a estos modelos, podemos observar que, aunque privilegian particularmente una dimensión explicativa del voto –social, psicológico o racional–, no niegan las otras, pues los tres modelos aceptan que el voto posee componentes individuales como sociales. Por supuesto, el dilema individual-social no es el centro de su debate, incluso las escuelas o líneas de investigación siguen agendas separadas, tanto en Estados Unidos, como en nuestro país.⁴

El votar como acción política responde a ciertos motivadores concretos según la teoría. El siguiente gráfico muestra cuáles son estas categorías.

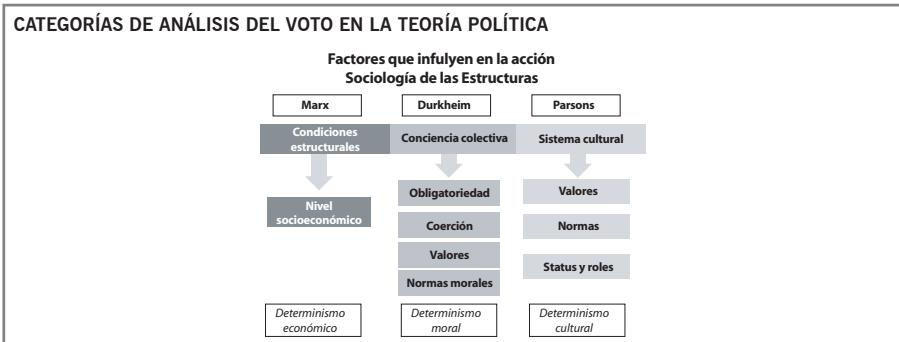
A continuación describimos cada una de ellas.

- 38
- a. Condiciones socioestructurales, tales como el nivel socioeconómico, edad, religión, ocupación, medio en el que se vive, rural o urbano.
 - b. Interacción social. Relaciones con los demás, relaciones con ciertos grupos. La interacción refuerza actitudes prevalecientes y aumenta el compromiso de una persona con su grupo.
 - c. Clima de opinión. Influye reforzando actitudes o generando nuevas de acuerdo a las opiniones prevalecientes en el medio social.
 - d. Presión social. Puede influir de manera directa en la persona cuando no hay posiciones firmes o cuando hay una adhesión fuerte con un grupo social.
 - e. Normas sociales. Actúan como detonantes de la acción, los grupos más apagados a las normas sociales tienden a votar.

³ ¿Cuáles son las motivaciones de tipo social y de carácter individual que provocan la acción de votar?

⁴ Molinar y Vergara (1998, p. 243) en su análisis de los modelos teóricos aplicados al caso mexicano señala que «los enfoques no se suceden de manera lineal ni entablan un intercambio cooperativo de teorías e hipótesis, sino que conviven de manera ecléctica y desordenada».

GRÁFICO 1



Fuente: elaboración propia.

- f. Actitudes psicológicas. Los valores compartidos, las creencias y costumbres son actitudes afectivas estables en el tiempo y que influyen en las decisiones individuales.
- g. Ideología. Funciona tanto como una sintetizadora de información, así como una actitud política de fuerte arraigo –partidismo.
- h. Partidismo. Entendido como una actitud psicológica de la persona, no tanto ideológica.
- i. Información disponible. Influye para la toma de decisiones, a mayor información mayor posibilidad de análisis. La información del medio social –amigos y familia– es la que más determina hacia una acción.
- j. Beneficio. Entendido como la utilidad máxima que puede alcanzar una persona en relación con el uso de los medios disponibles. Pueden ser particulares o colectivos, materiales o no materiales.

39

Por lo que respecta a la teoría sociológica se analizaron las teorías que se hallan dentro de la sociología de las estructuras y los sistemas como determinantes de la vida social, casi en un sentido unilateral: ni los individuos, ni su agregación, forman el orden social. En esta posición encontramos a teóricos como Marx, Durkheim, Pareto, Parsons y Weber. Todos ellos sustentan sus teorías en la prominencia de las estructuras sociales sobre el individuo.⁵

⁵Sin embargo, aunque podríamos clasificar a la sociología clásica como determinista, esta categoría no es temporal; es decir, lo estructural ha llegado hasta nuestros días, a manera de variaciones de las teorías clásicas, como el funcional-estructuralismo norteamericano (Parsons/Merton) o el neoestructuralismo. Es por ello que la revisión teórica que se presenta en este capítulo no es necesariamente cronológica, sino analítica.

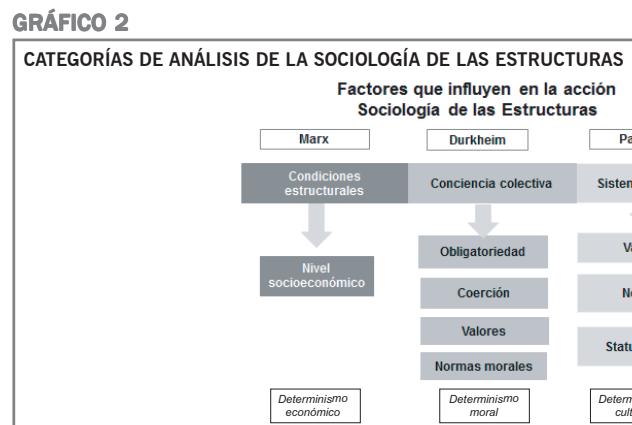
Para esta sociología, lo colectivo predomina sobre lo individual, lo colectivo es lo que forma y construye al ser individual, sin que las acciones de éste intervengan en la construcción de este orden.

Aunque se reconoce al individuo y sus acciones, su conducta es reflejo de una estructura exterior que se le impone, incluso fuera de su voluntad. El individuo es pasivo frente a la objetividad del orden social y la sociedad se mantiene por procesos básicos como socialización, integración y control social.

La segunda postura teórica analizada fue la sociología de la acción, que considera que el actor, agente o sujeto, es constructor activo de las estructuras sociales en las que está inmerso. Estas teorías no niegan la existencia de colectividades y sistemas; sino que tratan de explicar la dinámica que se da entre estructura y acción, como un proceso dialéctico en que ambas son interdependientes. En este esfuerzo estudiamos a los principales teóricos contemporáneos: Touraine, Giddens, y Habermas.

En la teoría sociológica de los sistemas encontramos las siguientes categorías de análisis:

40



Fuente: elaboración propia.

- Condiciones socioestructurales: es el marxismo y las teorías derivadas de él las que sostienen que el status económico de la persona determina su comportamiento social y político, incluyendo ideología y preferencias electorales.
- La obligatoriedad de las normas les confiere un carácter externo y coercitivo. Las normas legales o formales, generalmente, acarrean una san-

ción al actor, de la cual buscará escapar. Sin embargo, autores como Durkheim (1995) o Giddens (1984) apuntan que las normas morales, aquellas que pueden no tener una sanción jurídica son las que más preocupan al actor pues afectan su desempeño en la vida social.

- c. La coerción es el grado de restricción que puede tener una regla o norma social para limitar la libre acción de los actores. Las normas en general son coercitivas. En los autores deterministas (Durkheim, 1995 o Parsons, 1966) las normas cumplen la función de disciplina de la acción y generan lazos de solidaridad o integración social. En cambio, Giddens (1984) considera que las reglas son restrictivas y habilitantes a la vez.
- d. Los valores son una de las variables más importantes para explicar la acción, son fuertes motivadores o inhibidores de ésta. Desde Weber hasta los autores contemporáneos, los valores son fuente directa de acción y además, crean lazos profundos en las relaciones sociales, asegurando la integración y armonía social.
- e. Las normas morales, como todas las normas son externas y coercitivas, pero las morales son incluso más importantes que las formales para los agentes, ya que de su cumplimiento se deriva tener una situación armoniosa con el medio y los grupos sociales.
- f. El status y rol que ocupa la persona en la estructura social influye en el comportamiento ya que ambos cristalizan las expectativas que los demás tienen sobre la acción de un actor determinado.

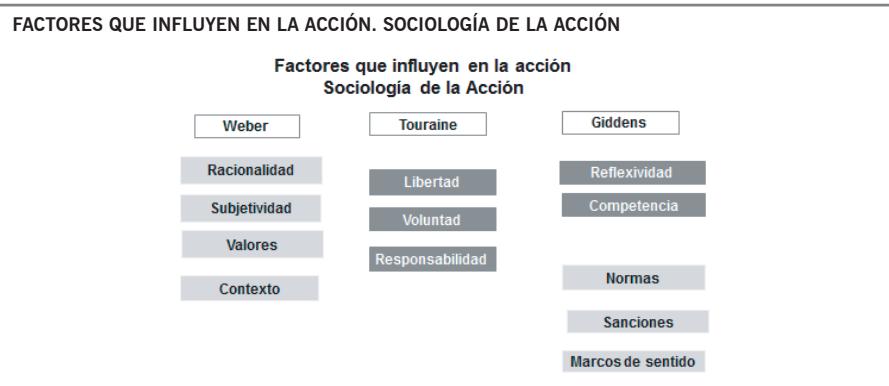
41

Por el contrario, la Sociología de la Acción subraya el papel activo de los agentes en la construcción de las estructuras y la vida social, lo cual se ve plasmado en las categorías analíticas que resultan de la revisión teórica y que se presentan en el gráfico 3.

Describimos a continuación cada uno de ellas:

- a. La racionalidad es una de las más fuertes bases que sostienen la acción, representa la razón humana por encima de un pensamiento religioso o mágico. Tiene que ver con la competencia y la reflexividad en Giddens (1976).
- b. La subjetividad representa el lado contrario de la razón, es la parte emocional, pasional y valorativa de la persona y, junto con la racionalidad es el origen de la complejidad de la acción humana.
- c. Los valores tienen también un fuerte peso en los pensadores accionalistas, ya que éstos no niegan la parte social de la acción.

GRÁFICO 3



Fuente: elaboración propia.

42

- d. El contexto o marcos de sentido es un elemento básico en las explicaciones científicas de los teóricos de esta corriente. Para Weber (1995) era imprescindible tomar en cuenta el contexto del actor para poder comprender los significados. En Giddens (1984), la estructura no es inmóvil sino que es influida por las acciones individuales de los agentes, que van construyendo marcos de sentido diversos, de acuerdo al contexto concreto en que se hallen.
- e. La libertad es el sostén de la individualidad, para Touraine (1994) por ejemplo, es la personalización completa del sujeto. En la libertad se apoya el poder de obrar y de transformar (Giddens 1984).
- f. La voluntad significa el deseo del individuo para, a través de su acción, convertirse en sujeto y en actor.
- g. La responsabilidad es una parte importante de la acción, todas llevan un elemento de responsabilidad, que puede ser consigo mismo y/o con su medio social.
- h. Las normas o reglas sociales y sus sanciones respectivas tienen también un lugar preponderante en la teoría accionalista.

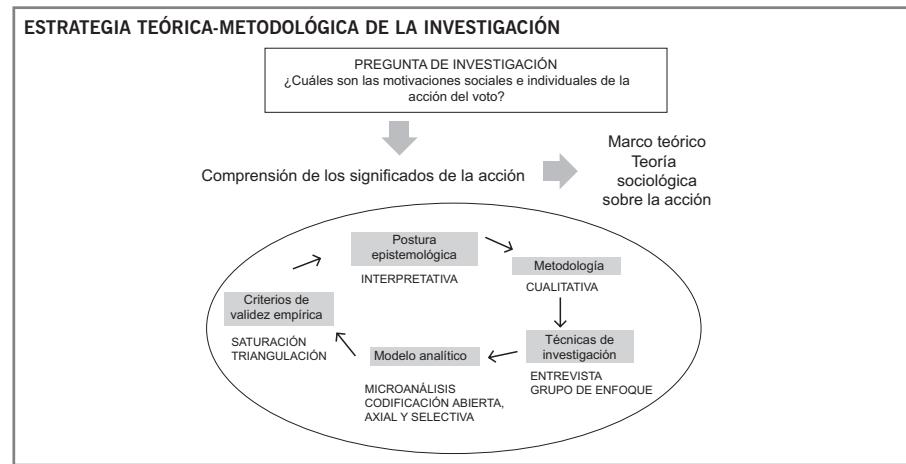
En concordancia con la revisión teórica, el enfoque epistemológico del trabajo nos situó de manera natural en la tradición interpretativa de las Ciencias Sociales.⁶ El objetivo metodológico fue comprender las motivaciones de los

⁶ De acuerdo a Tarrés (2008, p. 47), el paradigma interpretativo plantea que: “Debido a que el objeto de estas ciencias es el sujeto que crea significados sociales y culturales en su relación con los otros, el método deberá orientarse a comprender los significados de la acción y de las relaciones sociales. Esta metodología

individuos a través de los significados que la persona le da a la acción de votar; es decir, de qué forma el voto se construye como acción significativa.

Para la comprensión de significados, las técnicas de investigación de tipo cualitativo se consideraron idóneas para lograr nuestro objetivo. «La investigación cualitativa se puede definir como la conjunción de ciertas técnicas de recolección, modelos analíticos, normalmente inductivos y teorías que privilegian el significado que los actores otorgan a su experiencia» (Tarrés, 2008, p.16).

GRÁFICO 4



Fuente: elaboración propia.

43

El trabajo es de corte cualitativo.⁷ Las técnicas de recopilación que se aplicaron fueron la entrevista y el grupo de enfoque, la investigación de campo se llevó a cabo en tres etapas.

La primera etapa se compone de 12 entrevistas a profundidad semiestructuradas, los criterios utilizados fueron de corte sociodemográfico; esta etapa se efectuó en el periodo de mayo a noviembre del 2010.

debe conducir a la comprensión de la experiencia vivida por los seres humanos que, pese a la influencia de estructuras, poseen espacios de libertad”.

⁷Stauss y Corbin (2002, p. 12) señalan “con el término investigación cualitativa entendemos cualquier tipo de investigación que produce hallazgos a los que no se llega por medio de procedimientos estadísticos o cualquier otra forma de cuantificación...el grueso del análisis es interpretativo...Al hablar sobre análisis cualitativo nos referimos, no a cuantificar datos cualitativos, sino al proceso no matemático de interpretación realizado con el propósito de descubrir conceptos y relaciones en los datos brutos y luego organizarlos en un esquema explicativo teórico”.

La segunda etapa consistió en la realización de grupos de enfoque, esta etapa se derivó de los resultados de la anterior. En la primera etapa predominaron los perfiles de votantes no partidistas; en esta segunda etapa, el propósito fue profundizar y ampliar las motivaciones de los votantes partidistas –PRI y PAN–, así como de los ciudadanos que mostraban un perfil de alta participación en actividades de tipo comunitario, ya que presentaban rasgos muy distintos a las personas que no tienen ningún tipo de participación en otros ámbitos. Esta fase se realizó en junio del 2011.

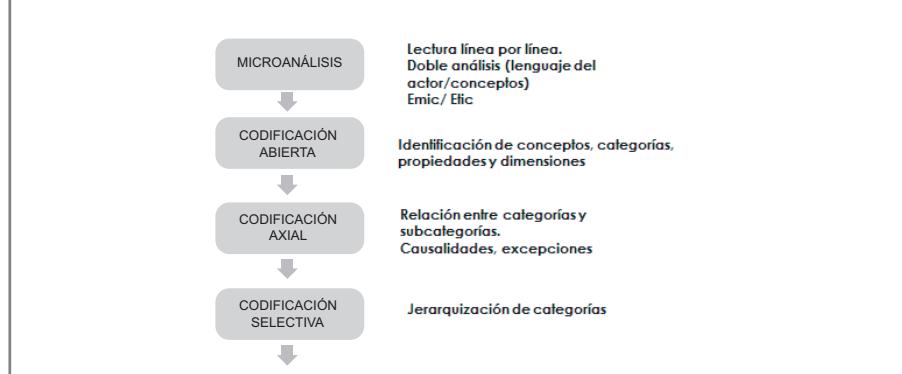
La tercera y última parte del trabajo empírico se realizó durante el mes de mayo de 2012. El objetivo de esta fase fue validar las categorías analíticas encontradas en las dos etapas anteriores, mediante una serie de entrevistas a profundidad con informantes “clave” o “tipos ideales” de votantes. Un segundo objetivo fue contrastar los resultados de las primeras dos etapas –realizadas en períodos no electorales, 2010 y 2011– con información obtenida en una fecha más cercana a las elecciones del año 2012.⁸

Para organizar la información recabada en las tres etapas del trabajo de campo, se utilizó el modelo de Strauss y Corbin (2002). Utilizamos el modelo solamente para ordenar la información, no para construir teoría fundamentada, ya que los hallazgos del trabajo de campo no escapan de las explicaciones ofrecidas por la teoría política y la teoría sociológica.

GRÁFICO 5

44

MODELO ANALÍTICO DE STRAUSS Y CORBIN, 2002



Fuente: elaboración propia.

⁸ Además de la elección federal presidencial, en Nuevo León se celebraron elecciones de ayuntamientos y diputados locales.

Por último, y como producto del análisis teórico, se construyó el Modelo de análisis para interpretación de resultados. Este modelo consta de dos ejes:

- a. La relación entre la racionalización y la motivación de la acción.
- b. La relación entre lo que hay de individual y de social en la acción.

Respecto al punto *a*, los autores coinciden en que la acción tiene dos planos, lo que se ve y lo que no se ve; lo oculto y lo manifiesto, lo que parece lógico y lo que no es lógico, lo que el actor expresa y sus verdaderos deseos. Esta dualidad es transversal a todas las teorías. Al inicio de este trabajo, nuestra pregunta se dirigió a descubrir las motivaciones de la acción, sin embargo, fue necesario distinguir ambos planos para tener una respuesta más completa a nuestra pregunta: el plano que se racionaliza y el plano de las motivaciones. Este es el primer eje de nuestro modelo: motivación-racionalización.

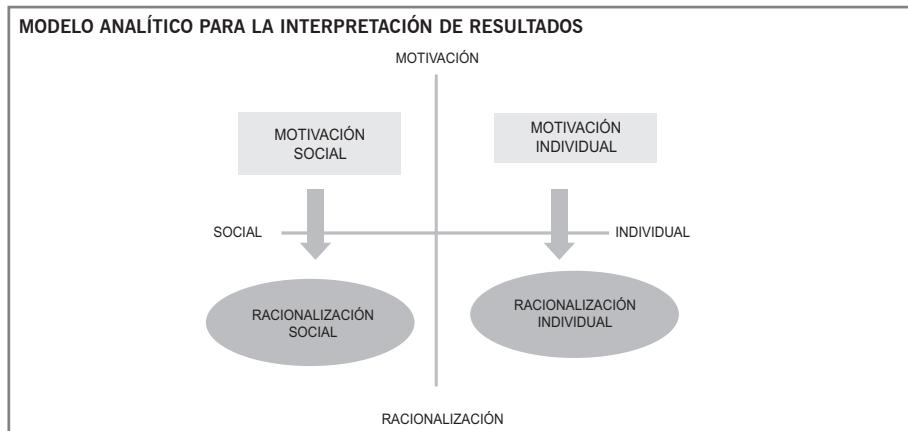
Respecto al punto *b*, la teoría tanto de la ciencia política como de la sociología nos señala que la acción contiene elementos de tipo individual y social. En la teoría encontramos dos posturas claras: la determinista y la de la agencia. En la determinista prevalece lo macro sobre la acción: toda conducta está determinada por valores, cultura y normas sociales internalizadas que ejercen fuerte influencia sobre el actor. En la segunda línea, pese a la situación social, hay un margen de libertad para el actor, nada es inevitable, lo social existe por común acuerdo de sus miembros, por sus interacciones y por marcos de sentido de la acción que van moldeando incluso las estructuras sociales. Este es el segundo eje: social-individual.

Con base en lo anterior, se construyó el modelo analítico que se muestra en el gráfico 6.

Estas son las definiciones que construimos para el modelo:

- a. Motivación: parte no manifiesta de la acción, que muchas veces ni siquiera el actor conoce. Es difícil de descubrir pero se manifiesta a través de los mecanismos de racionalización. En esta parte de la acción se encuentran no manifiestos los valores, la cultura y las normas internalizadas.
- b. Racionalización: fundamento teórico y/o técnico de la acción. Respuestas que el actor construye para dar una causa “lógica” de su acción. La racionalización está altamente influida por las normas, reglas y leyes de su medio social.
- c. Elementos sociales de la acción: son aquellos por los cuales el actor busca preservar su pertenencia, aceptación e integración a un grupo social determinado.

GRÁFICO 6



Fuente: elaboración propia.

- d. Elementos individuales de la acción: son aquellos signos de autonomía y libertad personal que subsisten, pese a la presencia de estructuras y normas sociales.

CULTURA, VOTO Y ELECCIONES EN MONTERREY

- 46 El contexto general del estudio lo constituye la transformación política vivida en México y en Nuevo León a lo largo de los últimos 40 años, que llevaron al país de un sistema de partido hegemónico a la apertura democrática denominada transición.

Nuevo León es un estado bipartidista *de facto* a partir de 1997. Los dos principales partidos políticos en competencia son el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el Partido Acción Nacional (PAN). Si bien la alternancia política en la Gobernatura se dio en 1997, la influencia del PAN a nivel municipal fue importante desde 1991.

La lista nominal de electores (LN) de Nuevo León es de 3.3 millones de personas, a junio del 2012.⁹ De la lista nominal, 50.2% son mujeres y 49.7% son hombres, 42% de los electores de Nuevo León son jóvenes que tienen

⁹Esta cifra es la que se tomará para los efectos de este análisis, ya que fue la lista utilizada por la Comisión Estatal Electoral en las elecciones del 2012 (Nuevo León, Comisión Estatal Electoral, 2012b).

entre 18 y 34 años y 77% de los integrantes de la lista nominal vive en la zona metropolitana de Monterrey.

La participación electoral estatal presenta un promedio de 59% en los últimos 15 años –seis procesos electorales.

Por su lado, Monterrey¹⁰ es una de las tres ciudades más importantes del país, después del Distrito Federal y la zona conurbada de Guadalajara. La ciudad es un ícono de la industrialización, el desarrollo y la formación de una fuerte clase empresarial. La historia de Monterrey dio origen a su calidad de «ciudad industrial», acompañada de una cultura relacionada con este origen fabril, son estos valores, creencias, prácticas y dinámicas sociales el marco en que actualmente se ejerce la acción política del voto. Aunado a ello, la sólida clase empresarial regiomontana ha tenido un papel relevante no sólo en el ámbito económico, sino que ha sido un actor clave de la política electoral en Nuevo León.

Aunque Monterrey se ha caracterizado por su pujanza y progreso, persiste una profunda desigualdad social que la convierte en un espacio de fuertes contrastes sociales, mismos que se verán reflejados, en el ámbito político. Su expansión económica y los rasgos de su desarrollo han estado acompañados de pobreza, exclusión y desigualdad.

El proceso de desarrollo económico y formación de fuertes capitales en Monterrey generó también las condiciones para la proliferación de la pobreza y la desigualdad social: altas migraciones que aceleraron el proceso de urbanización, asentamientos irregulares de vivienda que formaron los cinturones periféricos de miseria alrededor de la urbe, exceso de mano de obra no calificada y la incapacidad creciente del Estado para dar solución a esta problemática. Según especialistas en el tema, la pobreza y marginación que vive Monterrey, lejos de disminuir, ha ido aumentado en los últimos años y la tendencia es que se intensifique.¹¹

Por otro lado, la historia económica y social de Monterrey es también la historia de la construcción de su cultura.¹² De acuerdo a los estudiosos de la

¹⁰ El presente trabajo considera solamente al Municipio de Monterrey y no a su zona conurbada.

¹¹ Veáse Cerutti, Ortega y Palacios (2000), Portales (2012), Sandoval (2005), García J. J. (2013), Coneval (2013), Aparicio, Ortega y Sandoval (2011), López (2012).

¹² Parsons quien siempre subrayó el determinismo del sistema cultural sobre el resto de los demás sistemas de acción, entiende el concepto de cultura como “los valores, las normas y los símbolos que guían las elecciones de los actores y que limitan los tipos de interacción que pueden tener lugar entre éstos” (Parsons, 1968, p. 19). Para el autor, el sistema cultural es el más importante de los motivadores de la acción individual. Por otro lado, los valores son definidos por Weber (1998, p. 67) como “...representaciones normativas de carácter ético... que le dan coherencia y estabilidad a los sistemas sociales y culturales”.

cultura, ésta se distingue, por un lado, por una arraigada “cultura del trabajo” que ha afianzado valores como disciplina, esfuerzo, orden, cumplimiento de obligaciones y deberes y la obediencia; y, por otro lado, lo que algunos estudiosos llaman “familismo”, profundos lazos familiares y un papel preponderante de la familia cercana en el comportamiento y prácticas sociales de sus integrantes.¹³

Estas dos vertientes, trabajo y familia, tienen su raíz en la forma de operación de la fábrica tradicional en Monterrey, la empresa regiomontana surge de un grupo compacto de familias que velan por sus intereses, pero, a la vez, que fomentan esa unidad entre sus trabajadores, convirtiendo a la industria en una empresa-familia, con valores muy distintivos.

Como punto de referencia de estos valores, tomaremos como base el estudio realizado en el 2010 –único en su género en el estado de Nuevo León– sobre cultura política.¹⁴

La Encuesta de Cultura Ciudadana (ECC) muestra que en Monterrey existe respeto por las leyes en general y que las “normas o reglas” tienen un valor significativo alto para sus habitantes. La palabra norma o regla tiene un significado positivo para 55% y muy positivo para 9%. Es decir, para 64% de la gente es positivo (UANL, CIE, 2010, p.24).

48

Respecto a la conducta de las personas en relación a la ley, 92% dijo que siempre o casi siempre actuaba conforme a la ley y que le era fácil obedecer las leyes, 92 % dijo que le es fácil actuar conforme a su conciencia, 91% dijo que lo ordenado por la ley coincide con la costumbre y 92%, que coincide con su conciencia (*ibidem*, p. 25).

Las situaciones que obtuvieron el mayor porcentaje y que los ciudadanos justifican para desobedecer las leyes son: 52% cuando es la única forma de ayudar a la familia, 29% en defensa de bienes o patrimonio y 24% cuando es la única forma de luchar contra un régimen injusto (*ibidem*, p. 27).

De acuerdo a la ECC, se trató de determinar si en la conducta de las personas influía más el temor a la ley, el apego a la moral o el reconocimiento o aceptación social. Casi la mitad, 46%, respondió que influía más el placer de cumplir con la propia conciencia; 18% manifestó que el temor a una multa o castigo; y 2% temor al rechazo social.

¹³Veáse Smith, García y Pérez (2008), Fouquet (citada por Smith, García y Pérez (2008), Rojas (2004).

¹⁴La Encuesta de Cultura Ciudadana (ECC) fue elaborada por la Universidad Autónoma de Nuevo León. Su objetivo fue conocer los hábitos, las actitudes y las creencias de los ciudadanos de Monterrey. Surge como un instrumento para realizar diagnósticos y tiene como objetivo investigar sobre los hábitos, las actitudes y las creencias de los ciudadanos.

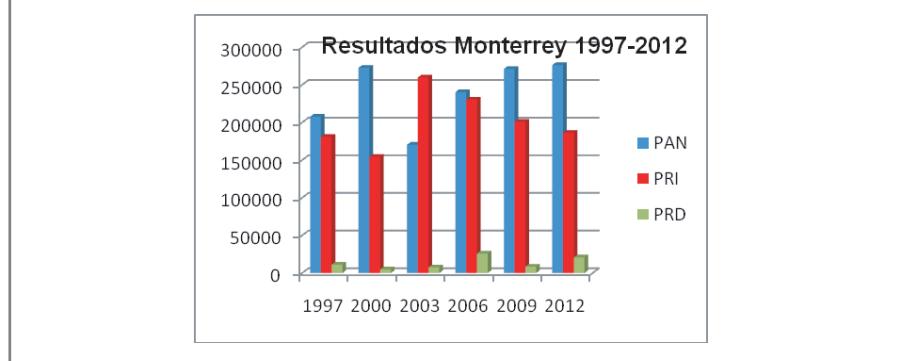
La familia y los parientes son el grupo al que los habitantes de Monterrey otorgan mayor confianza: 92%, seguido por los amigos: 87% y los vecinos: 82%.

Cabe subrayar que Monterrey fue la ciudad –de las siete en que se han realizado este tipo de estudio ECC– en donde estos tres índices resultaron más altos (*ibidem*, p. 48). Como ya se mencionó, el ayudar a la familia es la principal justificación, 52%, para que un ciudadano se decida a desobedecer las leyes. Además, al preguntar cuáles eran los casos en que se justificaba un acto de violencia, 61% opinó que en defensa propia y 55% para ayudar a la familia (*ibidem*, p. 49).

Respecto al panorama electoral, Monterrey es capital política del Estado de Nuevo León. De los 26 distritos locales uninominales, los primeros 8 corresponden al Municipio de Monterrey. En estos 8 distritos hay 736 secciones electorales. Su lista nominal al 2012 es de 888 129 electores (Nuevo León. Comisión Estatal Electoral, 2012a). A continuación se presentan los resultados electorales de la ciudad en las últimas seis elecciones.

GRÁFICO 7

RESULTADOS ELECTORALES MONTERREY, 1997-2012



Fuente: elaboración propia, con datos de la Comisión Estatal Electoral (Nuevo León, Comisión Estatal Electoral 1997, 2000, 2003, 2006, 2009a, 2012a, 2012b).

49

La participación electoral es de una media de 59.5%, ligeramente más alta que la del Estado de Nuevo León (59%).

MOTIVACIONES DEL VOTO EN MONTERREY

La acción siempre tiene un significado para el actor. El sujeto “crea” estos significados en su relación con los otros y esta significación tiene que ver con su entorno objetivo, social y cultural. Metodológicamente, en cada una de las etapas del trabajo de investigación, se procedió como primer ejercicio a conocer los significados de la palabra “votar” de forma completamente espontánea y antes de abordar cualquier otro tema.¹⁵ Los resultados de este ejercicio fueron: el significado del votar como un deber social, ya sea expresado en los conceptos de responsabilidad, obligación y compromiso y el significado del voto como un derecho, expresado básicamente como un derecho de participación y de poder exigir.

El significado más consistente, sólido y homogéneo que tienen las personas con relación al voto es el que lo concibe como un deber social, en tres acepciones: sentimientos de obligación, más allá de las motivaciones; compromiso social con su grupo o comunidad más amplia; y una responsabilidad moral. Este significado del voto como deber es homogéneo y consistente en todos los perfiles de participantes, se presenta en todas las edades, niveles socioeconómicos, hombres y mujeres, personas con distintas escolaridades, entre votantes y no votantes, partidistas y no partidistas.

Este fenómeno nos muestra que existe una base cultural, formada por normas y valores compartidos que es común a todos los individuos que fueron 50 objeto del presente estudio. Existen pequeñas variaciones en las formas de expresarlo y de sentirlo; mientras que para algunos el deber social es algo voluntario y que debe ser cumplido, a otros les causa cierta incomodidad por su carácter obligatorio; sin embargo, en ambos casos, se acepta el deber como algo inevitable. La obligatoriedad jurídica no forma parte de las argumentaciones de las persona entrevistadas, todos saben que el voto en México no es obligatorio y que no existen sanciones legales para quien no vote, para ellos, el voto es un deber y una obligación de carácter social.¹⁶

¹⁵ Se les pidió a los entrevistados y a los participantes en los grupos de enfoque que dijeran cinco palabras que les vinieran a la mente al pensar en la palabra votar. También se les solicitó que no tomaran mucho tiempo en pensarlas, sino que fueran las palabras o conceptos que de inmediato asociaran. Después de ello, podían explicar o extenderse en cada una de las palabras mencionadas, describiendo su contenido y por qué creían que tenía relación con votar.

¹⁶. Las siglas utilizadas en los perfiles de los entrevistados son: NP: no partidista, NV: no votante, AP: persona con alta participación comunitaria y partidista PRI o PAN. Los niveles socioeconómicos son: AB nivel alto, C+ nivel medio alto, C nivel medio, C- nivel medio bajo, D bajo, E nivel muy bajo (López Romo, 2009).

Tengo que votar porque tengo que votar, porque es una obligación hacerlo, y está ligado con el compromiso. Si nadie me convence, como quera voto, lo hago a fuerzas porque creo que está en mi chip (Federico, NP, 48, C+).

En la obligación hay coerción de por medio, una especie de coerción, externa, si no lo cumples. Y por ejemplo, en el deber, “deber moral”, “deber cívico”, en la “responsabilidad” no hay como un ente u otra figura externa que influya en tu decisión más que tú mismo y tu conciencia (Pablo, 26, AP, C).

Es un deber moral. Es como si participaras en un equipo de futbol, te sientes obligado a meter gol, si tienes la oportunidad es porque es tu deber moral, el sentido de pertenencia al equipo en donde estás, es como que algo intrínseco que se le debe dar a la persona (Antonio, 27, partidista PAN).

El segundo significado tiene que ver con el discurso liberal y los valores democráticos, el voto como un derecho ciudadano, que expresa participación y ciudadanía; es, además, el que se promueve por parte del Estado y los partidos políticos. Este significado, por el contrario, reviste diferencias según los perfiles socioeconómicos de los participantes. Se presenta en las clases medias altas y con alta escolaridad, en algunos jóvenes de clases medias que tienen acceso a la educación y que participan en movimientos sociales o comunitarios y, de manera muy clara, en personas con un perfil participativo en cuestiones comunitarias que pertenecen de manera formal a organizaciones civiles y sociales. Por tanto, este significado del voto es muy focalizado.

51

Siento que como ciudadano tengo el derecho de votar, de decidir quién va a ser, quién me va a... bueno, en teoría, quién me va a facilitar las cosas que se requieren para la vida. Siento que hay una pasividad general, más en Monterrey que en otros estados (Ricardo, 43, AP, C+).

Porque el voto sigue siendo el mecanismo más civilizado para externar una opinión. La otra es tomar tu escopeta y salir a la calle (José Luis, 55, AP, C).

El voto es el primer engrane de la democracia, debería haber más pero no hay en el país, es la única vía que tenemos para manifestarnos como ciudadanos. No hay más, así de simple (Inés, 26, AP, C).

Estos dos significados del voto se enmarcan en un contexto de alto desprestigio de la política y los políticos. La imagen negativa de los políticos y de la política está presente en todos los perfiles de participantes y en todos los niveles socioeconómicos. Se manifiesta en una desconexión total entre los individuos y la política; una separación tajante, la política no forma parte de la vida social, se le considera algo externo y vergonzoso por lo que sienten rechazo.

La política en México es sinónimo de poder, no es sinónimo de servicio, que es lo que debería ser un político, debería ser un servidor público, no buscar el dinero, sino buscar ayudar a la gente (Mario, NP, 28, C+).

Si tú le dices a alguien que eres político, ya estás tachado, ya te etiquetan, dicen éste debe ser un rata, debe ser un mentiroso (Luis, NP, 25, C).

Yo sí los veo como en un mundo aparte, como que ellos viven en su burbuja. Sí, yo sí creo en el voto, en la gente, en las elecciones, pero hay como una separación, son mundos diferentes. El de la gente y el de los políticos (Blanca, NV, 33, C-).

Motivaciones sociales del voto en Monterrey y narrativas de racionalización

52 El siguiente gráfico muestra los resultados encontrados en el trabajo de campo y su clasificación de acuerdo al modelo analítico construido (ver gráfico 8).

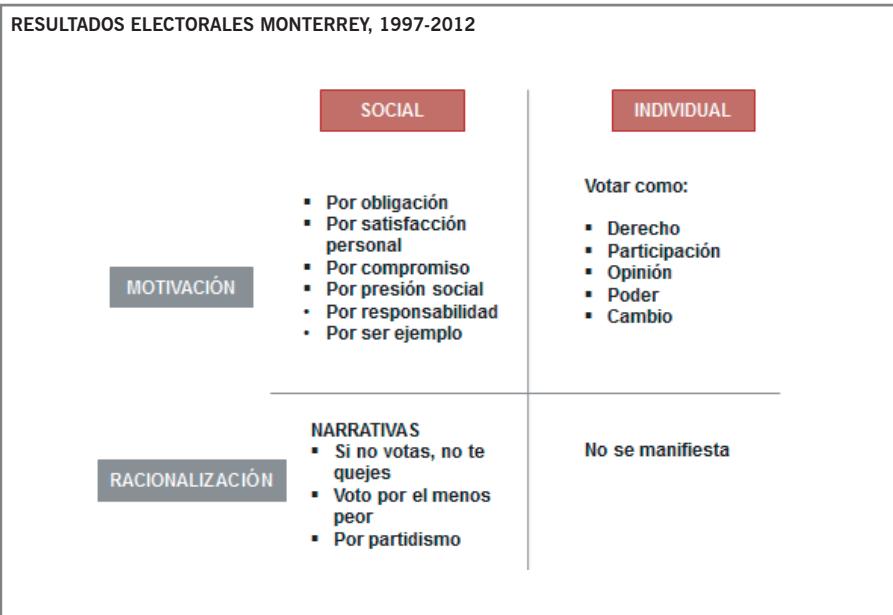
Los resultados nos muestran que las **motivaciones sociales** son extensas y predominantes, además, son las que presentan el **más sólido sistema de racionalización** en los actores.

También es de destacar, que las motivaciones sociales guardan concordan-
cia con la significación del voto: deber social y derecho. La significación da sentido a las motivaciones de los actores; es decir, la acción se hace significativa a partir de las concepciones que se tienen.

Encontramos seis motivaciones de carácter social, votar por:

- a. obligación social
- b. satisfacción personal
- c. compromiso
- d. presión social
- e. responsabilidad
- f. ser ejemplo

GRÁFICO 8



Fuente: elaboración propia.

A continuación se presentan algunas citas de los participantes, que ilustran cada una de las motivaciones anteriores.

53

Votar por obligación: “Tengo que cumplir”

Votar por obligación de hacerlo responde al sentimiento de cumplimiento de una norma o regla social. Esta motivación se manifiesta en todos los perfiles de participantes.

Las normas se tienen que cumplir. Así me caiga mal el rentero o me caiga muy bien, yo tengo que pagar la renta, punto. Así es con el voto (Federico, NP, 48, C+).

No hay una ley ni un castigo, pero de alguna manera hay una presión social ¿no? A pesar de que no hay una obligación legal pues sí hay una obligación moral hasta cierto punto (Concepción, 50, AP, C+).

Es una obligación, con los demás y conmigo. Es una obligación porque vivimos en una sociedad (Ramsés, NP, 40, C).

Votar por satisfacción personal: “Me quito un peso de encima”

La gratificación personal o satisfacción de la propia conciencia, es otro de los motivadores que provocan que la gente vote. Una vez aceptada la regla que se debe cumplir, al hacerlo, ello les genera un sentimiento positivo consigo mismo.

Me siento libre porque ya cumplí (Rosa, partidista PAN, 31, C).

Es como si estuvieras cargando algo, que bueno lo estás cargando pero hasta que ya lo sueltas ya estás más a gusto, como que ya estás más relajado (Laura, NP, 28, C-).

Me siento bien, a gusto porque cumplí con mi obligación, como buena ciudadana, y ejercí mi derecho. Me da satisfacción (Elizabeth, partidista PRI, 34, C).

Votar por compromiso: “Tengo un deber moral con mi grupo”

Para algunas personas, el deber lo sienten como un compromiso con su grupo, colonia, municipio o país, con lo colectivo. Al pertenecer a alguno de ellos, o a varios, se sienten comprometidos a cumplir las reglas; la palabra compromiso no tiene una connotación tan coercitiva como obligación.

Yo voto porque me quiero sentir involucrada y parte de mi grupo y saber que mi decisión dio efecto en otra cosa (Marian, 26, AP, C+).

Pues me gusta ser parte de algo, no estar yo solo, nadie podemos estar solos, vivimos en una comunidad, y si eres parte de algo pues hay que cooperar y ayudar (Antonio, 27, Partidista PAN, C).

Pues porque me siento como ¿por qué yo no hice nada, por qué me quedé cruzado de brazos?, ¿por qué yo no influyó en esa elección?, es como sentirte fuera de todo. Fuera de toda esta participación, que toda la gente está activa, hizo algo, y que tú no hiciste nada (Ramsés, 40, NP, C.).

Votar por presión social: “Si no votas te desconviertes, eres un no-ciudadano”

La presión social es ejercida sobre aquellos que no cumplen las reglas. En Monterrey, la presión se observa de manera fuerte en los grupos de niveles socioeconómicos medios altos, pues son los que tienen mayor apego al cumplimiento de obligaciones.

Yo voto por presión social y familiar. Porque siento como que al día siguiente ¿No fuiste a votar?, entonces no te quejes, entonces no eres democrática, no eres ciudadana. O sea, siento la presión, todo digo en sociedad pequeña y en sociedad grande. Toda la campaña como esa que dices: si no votas, prácticamente te desconviertes, te vuelves un no-ciudadano (Concepción, 52, AP, C+).

Votar por responsabilidad: “Soy responsable y cumple”

Votar para sentirse responsable es una de las motivaciones sociales. Es un valor muypreciado para los regiomontanos, y denota una persona seria que cumple con sus obligaciones y deberes.

Yo creo que el voto es una responsabilidad, el no votar es una irresponsabilidad, entonces la irresponsabilidad conlleva precisamente este no derecho a quejarse (Daniel, 54, AP, C+).

55

Buen ciudadano es aquél que ejerce sus derechos pero que también cumple con sus obligaciones. Como individuo ser buen ciudadano es cumplir contigo mismo, cumplir con tus valores, cumplir con tus principios (Elizabeth, partidista PRI, 34, C).

Votar como ejemplo: “Yo predico con el ejemplo”

La motivación de «ser ejemplo» surge de manera consistente en las entrevistas, y se relaciona con el hecho de dejar un legado a las personas más jóvenes, en especial a los miembros de la familia.

Pero también veo que tengo sobrinos, niños, que hay que enseñarles a ellos que hay que hacerlo no por un compromiso, sino por el hecho de que se expresen también, por el camino que va a tomar el país. Me hace sentir bien conmigo mismo, creo que también es la enseñanza que le voy a dar a la gente que está más pequeña (Fabián, NP, 35, C).

Narrativas de racionalización del voto

Las motivaciones se encuentran mezcladas con las justificaciones y tienen para el actor, el mismo valor explicativo. Debido al descrédito de la política, los partidos y los políticos, las personas construyen ciertas narrativas de racionalización para justificar el hecho de ir a votar. Entre motivaciones y justificaciones, el actor construye un discurso coherente para sí mismo y para los demás. Las tres racionalizaciones o justificaciones que encontramos son:

a. Votar me da derecho a exigir, si voto tengo el derecho y la capacidad moral de reclamar los actos de gobierno. Esta justificación se origina en un discurso social altamente arraigado, no sólo en Nuevo León sino en todo el país. Proviene incluso de las autoridades electorales, de los grupos empresariales y forma parte de la narrativa electoral en México: si no votas, no te quejes. Es una respuesta casi automática de los entrevistados, aflora de manera inmediata cuando se les cuestiona sobre su voto. La explican ampliamente, la defienden y parecen creer en ella. Pero hay casos –sobre todo en niveles altos e informados– en que se reconoce el fondo ficticio de la frase: en México no tenemos una cultura de exigir, de reclamar, de rendición de cuentas. El reclamo es sólo una aspiración que se queda en el discurso.

Para que yo pueda enojarme, criticar y estar en desacuerdo con las cosas que vivo, yo tengo que empezar por cumplir mis obligaciones (Rolando, NP, 33, C).

56

Si no participa uno, entonces no hay manera de que le podamos reclamar a los políticos el trabajo que están haciendo (Diego, partidista PAN, 41, C).

b. La segunda justificación también forma parte del imaginario colectivo: voto por el menos peor. Esta es la más débil de las justificaciones. Los entrevistados saben y reconocen que es poco válida pero es la única que encuentran como alternativa frente a su deseo de cumplir con el deber social.

Pues en cierta manera es válido (votar por el menos peor) la gente quiere participar, yo creo que es caer en lo mismo, decir quiero participar, pero no hayan hacia cuál, y dices el que se ve más inofensivo, y luego resultan peores (Graciela, NP, 33, C-).

c. La tercera justificación y la más consistente de todas es votar por parti-

dismo. Pues como lo señala la teoría, la ideología y el partidismo son la respuesta más sencilla para el voto y presenta muchas ventajas, ahorro de tiempo y recursos en allegarse de información, evita la construcción de discursos complicados –que tienen los no partidistas–, les brinda el atajo ideal para dar una respuesta.

Es una forma de manifestar tu ideología, tu forma de pensar, o tu candidato manifestarlo, dándole el apoyo, o dándole el rechazo a alguien, tú votas por tu candidato, no puedes tener dos o tres, tienes que votar por uno nada más (Jonás, Partidista PRI, 58, D).

Pues al candidato, porque hace rato mencionaban votas para todo, claro, pero si te vas atrás del voto es porque hay una contienda electoral del cualquier ámbito, si estás en una contienda es porque estás favoreciendo algún tipo de candidato (Leonel, partidista PAN).

En nuestro estudio encontramos que en los votantes partidistas la obtención de un beneficio representa un motivador adicional. Los beneficios personales son un fuerte incentivo para el votante partidista, de cualquier partido, y de cualquier nivel socioeconómico. En los niveles socioeconómicos bajos el beneficio se manifiesta en un clientelismo abierto y compra del voto; mientras que en niveles altos, en la obtención de un empleo, recomendación o beca, entre otros. En cambio, los votantes no partidistas, no perciben que su voto les beneficie en lo particular –salvo que un partido les regale cosas en las campañas, que por lo regular, aceptan– y tampoco sienten que su voto vaya a aportar un beneficio a la comunidad.

57

Motivaciones individuales del voto en Monterrey

Las motivaciones de carácter individual son las que menos encontramos en el presente trabajo. Se hallan focalizadas en niveles socioeconómicos medios y medios altos, alta escolaridad y sobre todo, que participan en otras actividades sociales y comunitarias.

Entre las motivaciones individuales que se encontraron, y que expresan cierto grado de agencia, están votar porque es: un derecho, opinión, participación, poder, y puede ser, cambio social.

Es un derecho, la gente tiene que ir a reclamarlo y tiene que darse cuenta de que no es una libertad, casi casi es una decisión propia, es un derecho que uno puede gozar de él y que va a tener mucho impacto en el futuro (Mario, NP, 28 C+).

Es una forma de hacer valer tu voz, de una forma sistémica y ordenada, un gobierno que manejamos una cierta libertad (Luis, 35, partidista PAN).

El voto es el principio de mi opinión, de decir “yo soy una persona autónoma, con un criterio, con una vida, con un futuro, quiero un futuro” (Rolando, NP, 33, C).

La expresión de autonomía personal, es con respecto a mis decisiones, yo quiero ser autónoma, me gusta serlo, ser autosuficiente, tener mi propia mentalidad, o ser autónoma en mi mentalidad (Rosa, partidista PAN, 31, C).

Yo voto por un bien social, por un bien en la comunidad, por una mejora en la comunidad, ya sea de diferentes ámbitos (Leonel, partidista PAN).

Las motivaciones de carácter individual, que son expresiones de agencia no manifiestan procesos de racionalización, es un discurso directo y claro que denota cualidades de libertad y voluntad de querer actuar. En su argumentación estos actores son conscientes de las circunstancias adversas que enfrenta este discurso. Sin embargo, son expresiones claras de una naciente agencia individual que queda por mucho, rebasada por las motivaciones sociales.

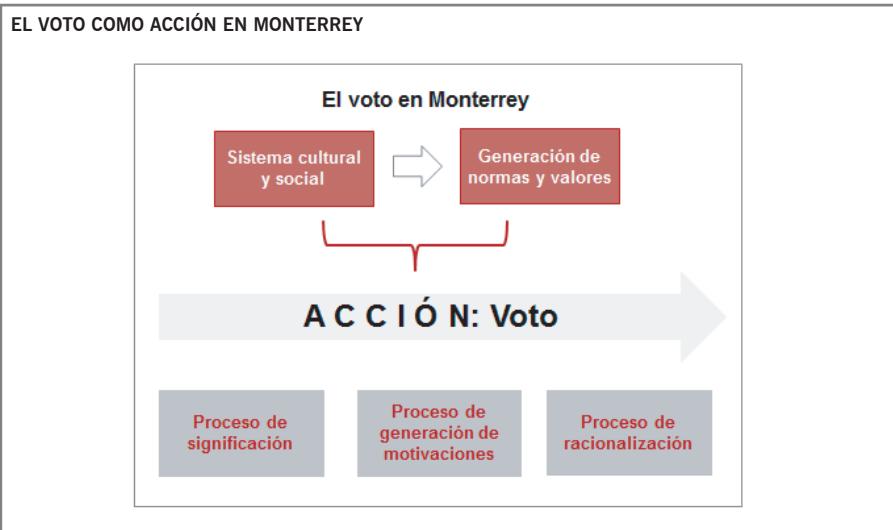
VOTAR EN MONTERREY: EL VOTO COMO ACCIÓN SOCIAL

Una vez expuestas algunas de las narrativas de los actores, en este último apartado, se presenta el análisis de los resultados que responde a la pregunta inicial: la explicación del voto desde la perspectiva de la acción y sus componentes motivacionales.

El voto estudiado desde la perspectiva de la acción sigue la siguiente ruta: el sistema cultural y social, construido a partir de la historia específica de Monterrey como metrópoli industrial ha generado un conjunto de normas y valores que son el soporte y origen de las dinámicas generadas en torno al voto como acción. Estas dinámicas serían tres: el proceso de significación, el proceso de generación de motivaciones y el proceso de racionalización (ver gráfico 9).

El enfoque teórico nos llevó al abordaje interpretativo como método de investigación, cuya base es la interpretación de los significados, que derivan

GRÁFICO 9



Fuente: elaboración propia.

directamente de la vivencia, experiencia y el discurso de los actores. Al estudiar el proceso de significación encontramos que el principal significado, deber social, que tiene implicaciones importantes.

La primera es que al ser una obligación, convierte a la acción en algo inevitable, lo cual deja poco margen a la agencia de los actores. La segunda es que los significados internalizados y creados en la vida social mediante la interacción, sustentan el contenido de las motivaciones del voto; las causas de carácter social e individual tienen su fundamento teórico y práctico en el proceso de significación. Y la tercera es que los significados del voto son también la fuente de los procesos de racionalización. Si el significado del voto fuera distinto –por ejemplo, un acto de ciudadanía–, la motivación sería directa y no resultaría necesario elaborar una justificación.

Respecto al proceso de generación de motivaciones, el estudio confirma que éstas son detonadoras de acción. En este sentido, la saturación de opiniones nos permite afirmar sin duda alguna que son motivaciones sociales las que predominan en los votantes de Monterrey para decidir ejercer el voto. Estas motivaciones responden en gran medida al cumplimiento de normas sociales y al acatamiento y respeto de valores.

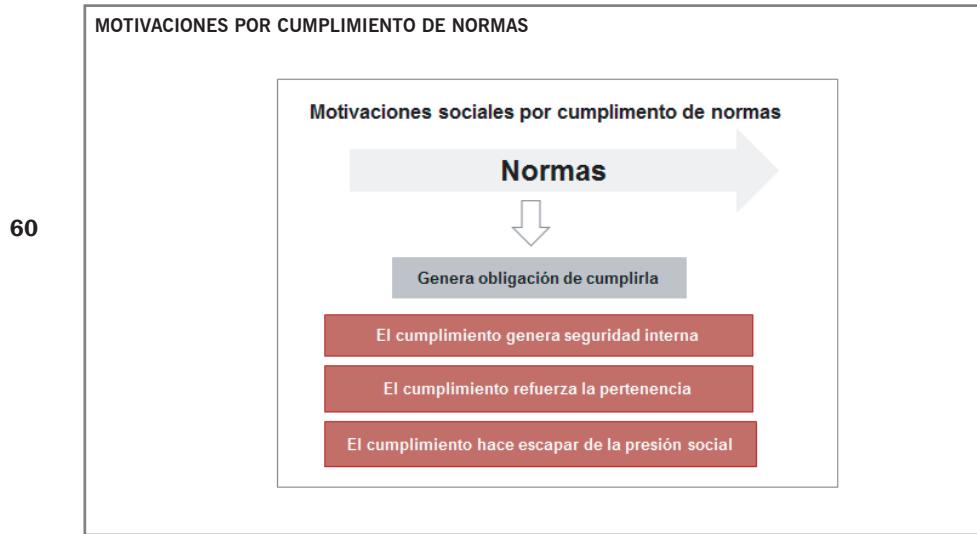
59

Hay entonces, dos tipos de motivaciones sociales: las destinadas a cumplir normas sociales y las que responden al sentimiento de cumplir con un valor: moral, social o cívico.

Uno de los principales resultados de la investigación fue el descubrimiento de que abandonar el esquema de normas y valores, representa un costo muy alto para la mayor parte de las personas que entrevistamos, porque la coerción se manifiesta precisamente –de manera velada o expresa– a través de los grupos sociales que tienen un alto peso en la cultura regiomontana, la familia y los compañeros y amigos de trabajo. Escapar de la presión y la coerción es, la mayoría de las veces, más difícil y pesaroso que ir a votar. El costo social de no votar en Monterrey es muy alto si lo comparamos con el bajo costo que representa votar.¹⁷

¿Cómo funciona el proceso de acción provocado por normas sociales?

GRÁFICO 10



Fuente: elaboración propia.

¹⁷Cobra sentido en este caso, la argumentación de Downs en el sentido del bajo costo que representa votar: no se requiere información costosa, sino gratuita y además, cada elector sabe que su voto no constituye una diferencia en relación a la cantidad de votos, por eso mucha gente se permite votar. “El coste de votar es muy bajo, por eso muchos ciudadanos pueden permitirse votar” (Downs, 2001, p.107).

La norma social genera obligación de cumplirla. Al hablar del agente político, O'Donnell (2003) señala que los derechos políticos son determinados socialmente, fuera del individuo y son obligatorios para las personas que tienen ciertas características. La calidad de agente político o ciudadano es obligatoria, no es un proceso que la persona pueda elegir o desechar, sino que tiene que adoptar y adaptar en tanto pertenece a un grupo social determinado. Primero somos seres sociales que agentes políticos.

El voto en Monterrey es obligatorio como norma social y no jurídica¹⁸ e incluso va más allá de situaciones como que la persona no esté convencida de ninguna opción política o candidato –en este caso, votará “por el menos peor”–, que la persona piense que votar no traerá ningún tipo de beneficio o cambio de la situación actual, ni personal ni colectivo; que la persona no confie en la política y/o en los políticos y tenga una opinión negativa de ambos.

Cumplir la norma genera satisfacción personal y le brinda al actor una alta seguridad interna. Esta seguridad interna,¹⁹ aunque a simple vista pueda parecer que es individual, en realidad es fuerte porque le da al individuo tranquilidad y armonía en su desempeño en la vida social. La culpa, el temor y la ansiedad son motivadores del voto. Sentir que no se está cumpliendo una regla social puede provocar malestar e incomodidad en la persona, de tal forma que decida votar para liberarse de estos sentimientos.

El cumplimiento de las normas sociales tiene una importante función a nivel individual: brinda al actor seguridad interna, psicológica u ontológica sobre sus propios actos y le garantiza su aceptación y permanencia en el grupo.

La otra fuente que puede motivar la acción de votar es el cumplimiento de valores compartidos. Las dos motivaciones que se presentan como acatamiento de un valor son:

- a) Votar por responsabilidad.
- b) Votar para ser ejemplo.

61

¹⁸Destacamos dos aspectos relacionados con la noción jurídica del voto: *a)* El voto representa lo que en Derecho se llama «antinomia», ya que es definido a la vez como un derecho y como una obligación. “El voto o sufragio activo constituye un derecho y una obligación personal e intransferible de los ciudadanos, expresado en elecciones auténticas, transparentes y periódicas, para todos los cargos de elección popular”. (Ley Electoral del Estado de Nuevo León, 2009) y *b)* A pesar de ser una obligación jurídica no existen sanciones reglamentarias en la ley para quien no la cumpla, a esto se llama norma imperfecta. (García Maynez, 1980, p. 91).

¹⁹Es la seguridad ontológica en Giddens (1976).

GRÁFICO 11

MOTIVACIONES SOCIALES POR CUMPLIMIENTO DE VALORES



Fuente: elaboración propia.

Los valores forman parte del sistema cultural, junto con normas y símbolos, y fueron definidos por Weber (1998, p. 67) como “...representaciones normativas de carácter ético... que le dan coherencia y estabilidad a los sistemas sociales y culturales”.

62

Los valores, al igual que las normas, pueden tener también un peso relevante en las motivaciones de la acción, “los valores, las normas y los símbolos guían las elecciones de los actores y limitan los tipos de interacción que pueden tener lugar entre éstos” (Parsons, 1968, p.19). Los valores son internalizados por medio del proceso de socialización que se da básicamente en la familia. Para Durkheim (2006), la internalización de normas y valores era la principal función de la educación. Para Weber (1998), los valores forman parte intrínseca del ser individual, ya que su internalización eficaz hace que sean parte de la vida interior de las personas, a pesar de que provienen de la vida colectiva. Además, en su tipología, Weber los clasifica como “acción social racional con arreglo a valores”; es decir, lo valorativo en el ser humano tiene un carácter de alta orientación racional.

En Monterrey, la responsabilidad es un valor alto, y consiste en hacer algo que consideran bueno o correcto. Para Giddens (1984), la intención de la acción siempre llevaba implícita la noción de responsabilidad: lo que un agente

cree o supone que debe saber acerca de la vida social para comportarse en ella. No necesariamente lo que sabe, sino lo que cree que los otros suponen que él sabe. El agente adecúa su acción de acuerdo a la responsabilidad moral que cree tener y luego elabora las justificaciones de ella.

El voto es una norma social que se considera “deben saber” los buenos ciudadanos, independientemente de su condición social o económica, religiosa, educativa, etcétera.

Además del valor de la responsabilidad, que proviene directamente de la cultura del trabajo que caracteriza a Monterrey, la familia es un símbolo de alta relevancia.

El ser un ejemplo para los demás, en especial, miembros menores de la familia –hijos, sobrinos, jóvenes– es una de las motivaciones que refuerzan las ideas de responsabilidad y compromiso en los votantes. Ser ejemplo para los otros a través de mis acciones y al mismo tiempo, las personas que tratan de ser un ejemplo para los demás, recibieron el ejemplo de sus padres o abuelos. Es decir, la transmisión familiar a través de actos realizados (votar) más que como discurso, funciona como un fuerte motivador del voto.

En el proceso de revisión teórica surgió una nueva variable analítica: la racionalización. Las motivaciones eran sólo una parte de la explicación del fenómeno de la acción y del voto. Ligados siempre a las motivaciones, se hallan los procesos de racionalización o justificación de la acción, que consiste en revestir de argumentos lógicos o racionales, una acción que a simple vista parecer ser no-lógica o irracional. Nuevamente retomamos la pregunta: si existe una alta desconfianza en la política y en los políticos, ¿por qué votamos en Monterrey, con una media de casi 60% en los últimos 15 años?

Una gran parte de la respuesta se halla en motivaciones sociales del voto que hemos analizado en este trabajo: votamos como una práctica social que nos asegura la integración, aceptación y pertenencia al grupo o los grupos de los que se forma parte. Votar garantiza armonía en la vida personal, profesional y social, seguridad interna y continuidad en los patrones de las dinámicas sociales conocidas y manejadas por cada actor.

63

CONCLUSIONES

La función de integración social del voto

En la presente investigación partimos del estudio del fenómeno del voto en la ciudad de Monterrey en un contexto diferente al que prevaleció por décadas

en México. ¿Por qué vota una persona en Monterrey bajo un contexto diferente al que prevaleció por más de 70 años en México? ¿Por qué vota una persona que no cree en la política ni en los políticos? ¿El voto de una persona expresa su individualidad, característica básica del sufragio? Estas fueron algunas interrogantes planteadas.

La dimensión sociológica del voto consiste en que es una acción que tiene componentes derivados de la vida de la persona y su medio social. El voto, sociológicamente hablando cumple una importante función, es un mecanismo de integración social; mantiene unida a la persona con su entorno y su medio social, hecho que le provoca seguridad interna que, a su vez, renueva el ciclo de pertenencia con el grupo y consolida las dinámicas sociales de los actores. En este sentido, el voto como acción social es una parte fundamental en la construcción de estructuras en el ámbito de la vida política, pues no sólo construye gobiernos y representación, sino que legitima los sistemas políticos.

El voto revela los fuertes vínculos sociales de las personas, gestado a través de mecanismos y aparatos concretos, nacional y localmente dispuestos: socialización cívica, valores sociales de probidad moral; convenciones y normas. El voto como mecanismo de integración social es la base de las prácticas políticas y la participación electoral en Monterrey y tiene, además, efectos en el comportamiento electoral, pues provoca que muchas personas voten, aun cuando no quieran hacerlo; refuerza y promueve el voto de los indecisos o volátiles; asegura el voto, independientemente del desempeño de los gobiernos o de cualquier acción adversa al régimen político.

64

Esta dimensión sociológica tiene además fuertes implicaciones en la vida política: alimenta y favorece la permanencia y reproducción del sistema político. La legitimación del sistema –rechazado por la mayoría–es una consecuencia no buscada del ejercicio del voto. Este fenómeno –el voto que reproduce régimen político– nos muestra de manera clara la desconexión entre acción e intención que describía Giddens. Y nos perfila además algunas interrogantes que quedarían como nuevas preguntas de investigación:

La dimensión sociológica del voto como acción social genera votación, gobiernos, representación, pero ¿está generando ciudadanía y buenos gobiernos?

La dimensión sociológica del voto, como mecanismo de integración social, ¿cómo puede llegar a favorecer que haya ciudadanía y no solamente votantes?

La dimensión sociológica del voto, ¿cómo podría favorecer y producir buenos gobiernos?

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aparicio, C. E., Ortega M. E. y Sandoval, E. (2011). La segregación socio-espacial en Monterrey a lo largo de su proceso de metropolización. *Espacio y Sociedad*, 23 (52). Hermosillo, Sonora: El Colegio de Sonora.
- Agencia Mexicana de Investigación de Estudios de Mercado (Amai, 2009). Nivel socioeconómico AMAI. López Romo, H. Comité Niveles Socioeconómicos AMAI. Instituto de Investigaciones Sociales S.C. 8 de septiembre de 2009. Disponible en: <http://www.aimai.org/NSE/NivelSocioeconomicoAMAI.pdf>
- Cerutti, M., Ortega, I. y Palacios, L. (2000, octubre). Empresarios y empresas en el norte de México. Monterrey: del Estado oligárquico a la globalización. *EuropeanReview of Latin American and CaribbeanStudies*, (69), pp. 3-27.
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política Social (Coneval) (2013). Medición de la pobreza en México y en las entidades federativas 2012. Resumen ejecutivo. 29 de julio de 2013. Disponible en: http://www.coneval.gob.mx/Informes/Coordinacion/Pobreza_2012/RESUMEN_EJECUTIVO_MEDICION_POBREZA_2012_Parte1.pdf
- Downs, A. (2001) [1957]. Teoría económica de la acción política en una democracia. En Battle, Albert (Ed.), *Diez textos básicos de ciencia política*, 2a. ed. Barcelona, Comunidad Autónoma de Cataluña: Ariel.
- Durkheim, E. (1995). *Las reglas del método sociológico*. México, D. F: Alianza.
- Durkheim, E. (2006). *Lecciones de sociología*. Albolote, Granada: Comares.
- García, J. J. (2012). *Perfil de la exclusión social en la zona metropolitana de Monterrey: procesos sociales y trayectorias vitales*. Tesis doctoral. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. Universidad Complutense de Madrid.
- García M., E. (1980). *Introducción al estudio del derecho*. México, D. F: Porrúa.
- Giddens, A. (1976). *Las nuevas reglas del método sociológico*. Buenos Aires, Provincia de Buenos Aires: Amorrotou.
- Giddens, A. (1984). *La constitución de la sociedad*. Buenos Aires, Provincia de Buenos Aires: Amorrotou.
- López, R. (2002). *La pobreza en Monterrey: los recursos económicos de las unidades domésticas*. Monterrey, Nuevo León: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- López Romo, Heriberto (2009). *Los niveles socioeconómicos y la distribución del gasto*. México, D. F: Amai - Instituto de Investigaciones Sociales.
- Méjico. Secretaría de Gobernación (2010). *Encuesta nacional sobre cultura política y participación ciudadana* (2010) México, D. F: Segob.
- Molinar H. J. y Vergara R. (1998). Los estudios sobre elector mexicano. Cuatro enfoques de análisis electoral en México. En Serrano Millagón (Coord.), F. *Homenaje a Rafael Segovia*. México, D. F: Colmex, FCE y Conacyt.
- Nuevo León. Comisión Estatal Electoral (1997). *Memorias y estadísticas. Elecciones Nuevo León 1997*. Monterrey, N. L.: CEE.
- Nuevo León. Comisión Estatal Electoral (2000). *Memorias y estadísticas. Elecciones Nuevo León 2000*. Monterrey, N. L.: CEE.
- Nuevo León. Comisión Estatal Electoral (2003). *Memorias y estadísticas. Elecciones Nuevo León 2003*. Monterrey, N. L.: CEE.
- Nuevo León. Comisión Estatal Electoral (2006). *Memorias y estadísticas. Elecciones Nuevo León 2006*. Monterrey, N. L.: CEE.
- Nuevo León. Comisión Estatal Electoral (2009a). *Memorias y estadísticas. Elecciones Nuevo León 2009*. Monterrey, N. L.: CEE.
- Nuevo León. Comisión Estatal Electoral (2009b). *Perfil del elector neolonés. Estudio cuantitativo realizado por las Universidades Autónoma de Nuevo León (UANL), EGAP del Tecnológico de Monterrey, Universidad de Monterrey y Universidad Regiomontana*. Monterrey, Nuevo León: CEE.

- Nuevo León. Comisión Estatal Electoral (2012a). *Proceso electoral 2012. Resultados de las elecciones de ayuntamientos*. Monterrey, Nuevo León: Comisión Estatal Electoral de Nuevo León. Disponible en: http://www.ceenl.mx/computo2012/eleccion_1_M.html
- Nuevo León. Comisión Estatal Electoral (2012b). *Proceso electoral 2012. Resultados de las elecciones de diputados locales*. Monterrey, Nuevo León: Comisión Estatal Electoral de Nuevo León. Disponible en: http://www.ceenl.mx/computo2012/eleccion_2_D.html
- Nuevo León. Congreso del Estado (2009). *Ley electoral del Estado de Nuevo León*. Monterrey, Nuevo León: Comisión Estatal Electoral de Nuevo León.
- O'Donnell, G. (2003). Democacia, desarrollo humano y derechos humanos. En O'Donnell, G., Iazetta, O. y Vargas, J. Cullell (Eds.). *Democacia, desarrollo humano y ciudadanía. Reflexiones sobre la calidad de la democracia en América Latina*. Santa Fe, Provincia de Santa Fe: Sapiens.
- Parsons, T. (1966). *El sistema social*. Madrid, Comunidad de Madrid: Revista de Occidente.
- Parsons, T. (1968). *La estructura de la acción social*. Madrid, Comunidad de Madrid: Guadarrama.
- Portales, L. (2012). *Capital social como forma de enfrentar la pobreza y promover el proceso de desarrollo en el área metropolitana de Monterrey. El caso de la colonia Fernando Amilpa y sus hogares*. Tesis doctoral. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
- Rojas, J. (2004). *El patrimonio industrial intangible y la construcción de los valores de la cultura industrial de Monterrey*. Comunicación presentada en el Primer Encuentro Regional para el Estudio del Patrimonio Cultural. Nuevo León, 28, 29 y 30 de octubre.
- Sandoval, E. (2005, enero-junio). Pobreza, marginación y desigualdad en Monterrey. Puntos de partida. *Frontera Norte*, 17 (33), pp. 133-141. Tijuana, Baja California: El Colegio de la Frontera Norte.
- Smith, C., García, N.J. y Pérez, J. D. (2008, enero-mayo). Análisis de la ideología empresarial regiomontana. Un acercamiento a partir del periódico El Norte. *Confines*, (4). Monterrey, Nuevo León: Tecnológico de Monterrey. Departamento de Relaciones Internacionales y Ciencia Política.
- Strauss, A. y Corbin, J. (2002). *Bases para la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar teoría fundamentada*. Medellín, Antioquia: Universidad de Antioquia.
- Tarrés, M.L. (2008) Sobre la tradición cualitativa en las ciencias sociales. En Tarrés, M. L. (Coord.), *Observar, escuchar y comprender. Sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. México, D. F: Porrúa, Colmex y Flacso.
- 66 Touraine, A. (1994). *Crítica a la modernidad*. México, D. F: Fondo de Cultura Económica.
- Universidad Autónoma de Nuevo León. Centro de Investigaciones Económicas (2010). *Área Metropolitana de Monterrey*. Monterrey, Nuevo León: UANL. CIE.
- Weber, Max (2008). *Economía y sociedad*. México: D. F. Fondo de Cultura Económica.