



Suma de Negocios

ISSN: 2027-5692

ISSN: 2215-910X

Fundación Universitaria Konrad Lorenz

Correa, Andrea; Forero, Diana
Incentivos al abstencionismo electoral por apatía en ciudadanos bogotanos que nunca han votado
Suma de Negocios, vol. 5, núm. 12, 2014, Julio-Diciembre, pp. 105-114
Fundación Universitaria Konrad Lorenz

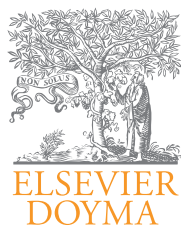
DOI: 10.1016/S2215-910X(14)70032-1

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=609964672004>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UDEM redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto



SUMA DE NEGOCIOS

www.elsevier.es/sumanegocios



Artículo de investigación

Incentivos al abstencionismo electoral por apatía en ciudadanos bogotanos que nunca han votado

Andrea Correa y Diana Forero*

Fundación Universitaria Konrad Lorenz, Bogotá, Colombia

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Historia del artículo:

Recibido el 16 de octubre de 2014

Aceptado el 25 de octubre de 2014

Palabras clave:

Abstencionismo

Voto

Incentivos al abstencionismo

Comportamiento del consumidor

Psicología política

R E S U M E N

El abstencionismo electoral en Colombia ha dejado evidencia del poco interés que tiene la población por ejercer su derecho al voto y elegir a sus gobernantes; entre los tipos de abstencionismo, se encuentra el abstencionismo por apatía, en el que se ignora las fuertes consecuencias de la abstención y no se está motivado para votar acudiendo a excusas para no hacerlo. El objetivo de este estudio es explorar e identificar las principales razones y funciones de los incentivos desde el Modelo de Perspectiva Conductual (MPC) formulado por Foxall (2011) al abstencionismo en tres votantes apáticos de la ciudad de Bogotá, varones y mujeres con edades entre los 28 y los 56 años, utilizando como técnica de recolección de información la entrevista en profundidad. En los resultados empleando los *verbatim* a partir de un análisis hermenéutico, se muestra que los principales motivos para el abstencionismo por apatía son rechazo o falta de credibilidad del sistema político, ausencia de beneficios directos y funcionales por votar, presencia de incentivos informacionales de valor simbólico intangible al abstencionismo tales como deslegitimación de la acción de votar o percepción de falta de competencia o presencia de corrupción en los candidatos; asimismo se concibe el derecho al voto como una posibilidad, mas no como un deber ciudadano. Estos hallazgos son relevantes para la gestión electoral y pública del sistema democrático colombiano.

© 2014, Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Publicado por Elsevier España, S.L.U. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la Licencia Creative Commons CC BY-NC-ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>).

Reasons for electoral abstention due to apathy in the population of Bogota who have never voted

A B S T R A C T

Electoral abstention in Colombia is evidence of the lack of interest that the population have in exercising their right to vote and elect their governments. Among the types of abstention are, abstention due to apathy, in which the severe consequences of the abstention are ignored and voting is not motivated by giving excuses not to do so. The aim of this study has been to examine and identify the main reasons and functions of the incentives applying the Behavioural Perspective Model (BPM) developed by Foxall (2011) to abstention in three apathetic voters of the city of Bogota, male and female between the ages of 28 and 56,

Keywords:

Abstentionism

Vote

Reasons for abstentionism

Consumer behavior

Political psychology

*Autor para correspondencia.

Correo electrónico: deforero@gmail.com (D. Forero).

using the compiling of information from an in-depth interview technique. In the result employing the verbatim from a hermeneutic analysis, it showed that the main reasons for abstention due to apathy are rejection or lack of credibility in the political system, presence of informational incentives to vote of intangible symbolic value to abstentionism such as, discrediting the act of voting or a perception of lack of competence or the presence of corruption among the candidates. Furthermore, it is perceived that the right to vote as another possibility not as a civic duty. These findings are relevant to the electoral and public management of the Colombian democratic system.

© 2014, Konrad Lorenz University Foundation. Published by Elsevier España, S.L.U. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons CC BY-NC ND Licence (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>).

El abstencionismo electoral ha sido definido como “la no participación en el acto de votar de quienes tienen derecho a ello” (Instituto Interamericano de Derechos Humanos, 1988). Esta no acción puede ser interpretada como un estado de indiferencia ante cualquiera de las alternativas planteadas (Treviño, 2014; Bobbio, 2000; citado por Garza, 2010; Brenes, 2006); también puede verse como un no hacer o no obrar que normalmente no produce efecto jurídico alguno y, en algunas ocasiones, se llega a considerarlo como la exteriorización de una voluntad (Alcubilla, s.f.); sin embargo, Bobbio en 2003 (citado por Montoya & Montoya, 2012) realiza una distinción entre abstencionistas votantes y no votantes, definiendo a los primeros como aquellos que muestran un estado de hostilidad ante las opciones presentadas durante una jornada electoral, manifestando claramente su juicio negativo para las opciones existentes a través de su abstención, en tanto que en los segundos, la abstención del no votante se dilucida como un estado de indiferencia ante cualquiera de las alternativas planteadas. A estos últimos los denominaremos abstencionistas por apatía.

Esta investigación se centra en explorar el abstencionismo electoral por apatía partiendo de la idea de que en este grupo de abstencionistas su conducta carece de un ejercicio de evaluación previa de las consecuencias que conlleva ejercer o no el derecho al voto, es decir, se presenta un desconocimiento del sistema político y de las implicaciones que tiene inhibirse de votar y, por lo tanto, no se perciben como importantes los incentivos para votar. En este grupo de electores, los incentivos a ejercer el derecho al voto son débiles o simplemente no operan, por lo que circunstancias situacionales como juicios de valor, condiciones climáticas o actividades sociales operan como incentivos a la conducta de abstención. De otra parte, se considera que, aunque conocen los incentivos definidos por el gobierno para votar, resultan ser lejanos en tiempo y espacio, por lo cual la persona percibe que no va a obtener consecuencias positivas al votar, es decir, que al votar su conducta no se va a ver recompensada de manera directa, y por este motivo elige no votar. Finalmente, se presume que al mismo tiempo se presentan incentivos al abstencionismo, es decir, además de no percibirse consecuencias de votar, si se perciben consecuencias positivas de no votar. Estos incentivos al abstencionismo compiten con los incentivos al voto y, según la percepción de la recompensa en cada uno, se realiza un proceso de juicio y elección entre votar y no votar. Si los

incentivos al abstencionismo tienen mayor cercanía o son percibidos como más fuertes o son valorados mejor, la persona decidirá no votar; por el contrario, si tampoco se perciben consecuencias positivas al abstencionismo, el votante adoptará una postura de indiferencia y apatía hacia el ejercicio de este derecho.

El abstencionismo en Colombia

Colombia es un país con una población aproximada de 47.5 millones de habitantes, de acuerdo con cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2005), de la cual cerca de 32.9 millones de personas están en capacidad de votar (cifras generadas a partir de una serie de procesos que se encuentran consignados en el documento denominado “Metodología proyecciones de población y estudios demográficos actualizados en el año 2009”, que se puede consultar en la página web del Banco de la República). En las pasadas elecciones presidenciales llevadas a cabo el 25 de mayo de 2014, solo asistieron a las urnas 13.2 millones de ciudadanos, lo que se traduce en los niveles de abstención más altos en el país desde las elecciones de 1994 (El Tiempo, 2014), por lo cual Colombia, un país considerado uno de los sistemas democráticos más antiguos del mundo, elige gobiernos con solo el 30% de la población con capacidad de elegir, de modo que el respaldo electoral de cada gobierno resulta pequeño si se analizan las cifras relativas de electores respecto a los candidatos ganadores. El elemento esencial de la vida democrática, que es la participación en el proceso electoral, en realidad no se encuentra presente en esta nación (Parada, 2010).

El país hasta los años ochenta se caracterizó por ser una nación con un gobierno de tipo centralista, en el cual los departamentos siempre se encontraban dependientes de las decisiones que se tomaran en la capital colombiana; es solo hasta los años ochenta que se genera la reforma para dar paso a elecciones de alcaldes y gobernadores; en los primeros periodos electorales de esta reforma entre el 11 y el 36% de los gobiernos locales fueron ganados por representantes pertenecientes a otras filiaciones políticas distintas de los tradicionales partidos conservador y liberal (Restrepo & Cárdenas, 2004), en las elecciones locales de 2011 se presentó una de las participaciones electorales más significativas de la historia, con un equivalente al 56.78% de participación, lo que en com-

paración con el periodo anterior demostró una reducción de la abstención en un 1.82%, al pasar del 45.04% en 2007 al 43.22% en 2011, siendo la jornada democrática con mayor participación registrada en la historia del país (Registraduría Nacional del Estado Civil, 2011). Sin embargo, al realizar la comparación entre los últimos periodos de elecciones nacionales y locales, es claro que el verdadero protagonista en la mayoría de los comicios es la ausencia electoral.

Por lo anterior, el fenómeno del abstencionismo resulta un problema significativo para los gobiernos en una democracia que se autoproclama como participativa, pero que en la realidad lo es poco.

Clasificación del abstencionismo

El comportamiento abstencionista no tiene una única manera de manifestarse; entre las clasificaciones presentes en la literatura, algunas centran su clasificación en las razones que las personas tienen para ejercer su conducta de abstención, en tanto que otras parten de la relación entre interés político y nivel de participación política. En el primer caso, al clasificar a los abstencionistas según sus razones para serlo, encontramos una clasificación realizada por Johnston y Pattie en 2003 (Valencia, Peláez, Rúa & Awad, 2010), con cuatro categorías:

- *Abstencionistas apáticos*: son aquellos que carecen de conocimiento y de participación en la política.
- *Abstencionistas alienados*: son quienes emiten su conducta como gesto de antipatía hacia el sistema electoral en general, debido a que consideran que este no les ofrece lo que ellos desean.
- *Abstencionistas indiferentes*: que son reacios a una elección en particular debido a que consideran que no se les ofrece ninguna posibilidad real de elegir.
- *Abstencionistas instrumentales*: son aquellos que calculan que su voto no haría ninguna diferencia.

De acuerdo con esta clasificación, los ciudadanos que nunca han votado podrían ser apáticos, alienados o instrumentalistas, ya que todos ellos podrían decidir no votar de manera reiterada en cada una de las elecciones, pero las razones para no votar serían distintas. La diferencia entre estos no votantes estaría dada por el nivel de compromiso y conocimiento del sistema político o del sistema electoral, en primer lugar, por los juicios de valor frente al sistema político, las elecciones o los candidatos, en segundo lugar, o en la percepción de las consecuencias de sus acciones, en tercer lugar. Sobre esto último, los electores pueden percibir que su actuación de no votar es la manifestación de un rechazo hacia el sistema político establecido, y en ese caso, su conducta abstencionista está motivada y es dirigida a un fin, con un incentivo personal claramente definido, es decir, la actuación de no voto es una elección racional. En otros casos, el no voto se deberá a que el elector no percibe una consecuencia que sea lo suficientemente importante, de manera que lo persuada de votar. En tal caso, no votar tiene una función instrumental, es un comportamiento intencional y se presenta un problema de elección entre votar y no votar, donde los incentivos al no

voto son superiores por la falta de “fuerza” del incentivo al voto. En los dos casos anteriores estamos frente a fenómenos motivacionales, donde la clase de incentivos tanto para votar como para no votar hacen un papel importante en la decisión que debe tomar el elector que actualmente es abstencionista. Desafortunadamente, la clasificación no permite identificar el papel de los incentivos en la decisión de no votar de cada clase de abstencionistas. De otra parte, tampoco permite comprender si la de quienes nunca han votado es una acción motivada con un fin definido o si corresponde a una manera de comportarse frente a una circunstancia en la que se tiene desconocimiento, y ese desconocimiento actúa como barrera para tomar una decisión consciente de votar o no hacerlo, es decir, el desconocimiento genera una especie de “incompetencia” (ausencia de competencia) para votar.

Otra clasificación que va en el mismo sentido de la anterior es la realizada por Alcubilla (Brenes, 2006) y Barthélémy en 1923 (Garza, 2010), que presentan cinco tipos de abstencionismo iniciando por una abstención técnica o estructural en la que su causa no se puede atribuir al ciudadano, sino que se refiere a factores externos (como los de tipo ambiental) o internos (como enfermedad) que impiden al ciudadano presentarse a las urnas. En segundo plano se tiene un abstencionismo político o racional, que es la más conocida; en esta el ciudadano, en una actitud consciente de pasividad individual en el acto de votar, denota la expresión de rechazo al sistema político o convocatoria electoral en concreto. Es importante anotar que, cuando este tipo de abstención sobrepasa los límites individuales para convertirse en un movimiento de masa que promueve la abstención, se habla de abstencionismo de lucha o beligerante. En un tercer plano se encuentra el abstencionismo cívico, más conocido como voto en blanco, en el que el ciudadano participa en las convocatorias electorales, pero sin pronunciarse en favor de alguna de las opciones políticas a las que se enfrenta. Por último, se localiza el abstencionismo por apatía, en el que se presenta una ignorancia de las fuertes consecuencias de la abstención, acompañada de la ley del mínimo esfuerzo. En esta clasificación, la apatía es el resultado de dos factores conjuntos, uno relacionado con aspectos informacionales (se desconoce las consecuencias del no voto) y el segundo relacionado con las consecuencias de votar (el mínimo esfuerzo: si hay un mínimo esfuerzo, significa que para movilizar al votante, las consecuencias o incentivos para ir a votar tienen que ser altamente valorados por el elector, de manera que se perciba que no votar es negativo y se decida hacer el esfuerzo de ir a votar). El votante por apatía, según esta clasificación, sería una persona desinformada o que valora poco las consecuencias de no votar, y además sería una persona para quien los incentivos al voto tienen poca importancia, los subvalora, o no lo suficientemente visibles y, por lo tanto, no cumplen una función incentivadora.

Sobre esta segunda clasificación, los sistemas electorales se enfrentan a diferentes modos de abstencionismo (Garza, 2010); el primero, de bajo interés-baja participación, es un abstencionismo por satisfacción que concluye en un consenso tácito sobre el sistema político, allí el abstencionismo opera como un factor de estabilidad. En segundo lugar, de bajo interés-alta participación, se genera una prohibición al abstencionismo, sancionando por tanto a los que no cum-

plen con su deber cívico de votar. En tercer lugar encontramos un abstencionismo de alto interés-baja participación, que se refiere a un abstencionismo de rechazo o choque. Por último se presenta un abstencionismo de alto interés-alta participación, donde el sistema de partidos, como el sistema electoral, eleva el interés sobre las elecciones y obtiene un mayor índice de participación. En el actual sistema político colombiano, el elector no se ve enfrentado a consecuencias negativas por su comportamiento abstencionista, lo que podría ser una de las explicaciones de la baja participación electoral, respecto a países que crean sistemas de control del voto con consecuencias como multas para los no votantes o aquellos donde no votar es sancionado socialmente.

Para concluir esta primera parte, se puede observar que los sistemas de clasificación que estudian el abstencionismo dan ideas generales sobre el papel de los incentivos para el abstencionismo, sin profundizar específicamente en las funciones que cumplen esos incentivos, aunque revelan la importancia de las consecuencias de votar y no votar para los electores y para los sistemas políticos.

Teorías que explican el abstencionismo

El estudio del abstencionismo electoral es relevante al entender que la participación electoral es básica para favorecer la legitimidad de un sistema democrático y la igualdad política de los ciudadanos (Ranney, 1983; Lijphart, 1997 citados por Mata, 2013); entre las disciplinas que se han dedicado a su análisis, se encuentran la psicología de corte cognoscitivista, la sociología y la economía.

En la postura de psicología cognoscitiva, se ha explicado la abstención electoral como un conjunto de actitudes voluntarias tales como desgana, desinterés, apatía o rechazo por parte del votante hacia el sistema político (Micó, 2011). En el plano sociológico, este fenómeno se ha atribuido a diferencias en factores como edad, hábitat, clase social y renta económica que, al afectar a los recursos personales de cada elector, modifican la probabilidad de que cada sujeto vote. En estas teorías también se le han atribuido factores de tipo político que se refieren al grado de identificación que tienen los ciudadanos con las instituciones políticas, el grado de eficacia interna y externa de los electores y los cálculos estratégicos que tienen los votantes (Boix & Riba, 2000). Desde la economía, en la teoría del cálculo racional, los ciudadanos comparan posibles costos y beneficios asociados al voto (Grofman, 1983:55-56 citado por López, 2013), así el elector realiza una especie de ecuación o cálculo, cuyo resultado hará que un ciudadano racional vote solo si el producto entre la probabilidad de que su voto resulte determinante para los resultados electorales (P) y el beneficio asociado al voto (B) es mayor que los costes que este conlleva (López, 2013; pág. 48).

Estas tradiciones de análisis tienen problemas en sus explicaciones del comportamiento abstencionista; por ejemplo, en los modelos psicológicos se ha encontrado que los individuos reconocen causas voluntarias en el abstencionismo como las anteriormente nombradas cuando se cuestiona sobre la abstención de otros, pero cuando se cuestionan por las razones de su propio abstencionismo electoral, tienden a

atribuir su comportamiento a circunstancias involuntarias o de fuerza mayor, alejando así toda sospecha de irresponsabilidad o comportamiento antisistema (Mico, 2011). Respecto a los modelos sociológicos, son incapaces de dar cuenta de las diferencias que se presentan en la participación en comicios de distinto rango como en fluctuaciones temporales en elecciones del mismo nivel; además, los factores estructurales que proponen para controlar el abstencionismo al parecer han dejado de afectar al comportamiento de los no votantes (Boix & Riba, 2000). Por último, en lo que respecta al modelo de cálculo racional, al analizar la implicación que tiene la ecuación clásica donde la persona votará cuando perciba que su voto sea decisivo para determinar el resultado electoral, y en ese caso el resultado de la ecuación es nula, el efecto que se generaría para cualquier elector racional es que siempre habrá más incentivos para no votar que para votar y, por lo tanto, esto llevaría a un abstencionismo total y no a uno parcial (López, 2013). Por lo anterior, es necesario proponer nuevos abordajes para el estudio del comportamiento abstencionista, por ejemplo, a partir de modelos como los propuestos por la psicología del consumidor, que nos permiten estudiar comportamientos motivacionales relacionados con el consumo y particularmente con la elección (Blackwell, Miniard & Engel, 2002), que para este caso se refieren a las decisiones de votar o no votar.

Estudio del abstencionismo desde la teoría de la motivación y la función de los incentivos

Las teorías de la motivación y los modelos de decisión de compra permiten estudiar tanto las razones asociadas al abstencionismo como los incentivos que mantienen tales comportamientos. Toda conducta puede ser motivada a partir de necesidades internas —Motivación Intrínseca— o a partir de incentivos y consecuencias externas, en otras palabras, condiciones creadas ambientalmente para incentivar o hacer que se persista en una acción —Motivación Extrínseca— (Reeve, 2002). Los motivos intrínsecos están asociados a las necesidades propias de cada individuo al realizar cualquier acción o decidir no realizarla. Por ejemplo, al estudiar la motivación que tiene un estudiante para rendir en una clase, se encuentran motivos intrínsecos como la necesidad de aprender, de rendir, lo atractivo de la tarea, el grado de acceso, la novedad, la necesidad de ser aceptado, la dependencia o la identificación con los adultos, entre otros, mientras que los motivos extrínsecos son los relacionados con el medio ambiente, como la complejidad de la tarea, las reacciones de las personas del medio escolar, el castigo o las recompensas, las características del profesor, etc. Como se puede observar, los incentivos se encuentran más en el plano externo que en el interno, puesto que es necesario administrarlos para que generen una motivación, la cual a su vez dependerá de las valoraciones individuales, las necesidades y la fuerza del incentivo. Los incentivos llevan a realizar comportamientos, ayudan a formar expectativas sobre lo que sucederá en el futuro y pueden aumentar o reducir la probabilidad de un determinado comportamiento (Mankeliunas, 1987).

Algunos estudios han abordado el fenómeno motivacional y particularmente los incentivos al abstencionismo. Por ejemplo, se encuentra el experimento realizado por Funk (2010) en el cual se investigó el impacto de la presión social (incentivo) sobre el comportamiento electoral en ciudadanos suizos. En el experimento se introdujo el voto por correo electrónico, con el fin de aumentar la comodidad del proceso; no obstante, el principal hallazgo fue que en comunidades pequeñas, aun cuando el voto por correo fuera más accesible, la participación se redujo, con lo que se concluye que con el voto electrónico se elimina la presión social y tanto un votante como un abstencionista terminan siendo equivalentes, es decir, se elimina el incentivo de presión social y se debilita la emisión de la conducta. Por lo anterior, se puede concluir que ir a votar genera un incentivo social que no reciben los abstencionistas; esto explicaría en parte la desmotivación para ir a votar en quienes nunca han votado, pues nunca han recibido los incentivos sociales positivos a los que se expone un votante. Este mismo hallazgo también indica que en poblaciones de mayor tamaño ir al sitio de votación no funciona como incentivo, ya que las personas que votan en un mismo sitio pueden no conocerse. Así, no tener personas que generen algún tipo de consecuencia social positiva, en general, aumentaría el abstencionismo.

Siguiendo esta línea, para los propósitos de esta investigación en particular nos centraremos en el Modelo de Perspectiva Conductual (MPC) formulado por Foxall que, a diferencia de lo planteado por el paradigma cognoscitivista, establece que gran parte de la conducta de los consumidores se puede explicar de forma confiable al establecer relaciones funcionales entre las consecuencias medioambientales y los comportamientos de consumo (Robayo & Ortégón, 2013). El MPC representa una adaptación de la noción de contingencia de tres términos del condicionamiento operante, que explica el comportamiento del consumidor como una función resultante de "(a) la historia de aprendizaje individual en cada uno de los escenarios de consumo, en el escenario de no votar, pues nunca han votado; (b) el contexto de abstención, y (c) las consecuencias que esta conducta produce para el individuo (Echeverry & Sandoval, 2011).

En la aplicación del MPC al comportamiento abstencionista, se busca encontrar las funciones incentivadas del no votar. En el presente trabajo se considera que existen incentivos para no votar de la misma forma que los hay para votar; por tal motivo, cuando un ciudadano se enfrenta a la decisión de ir a votar, lo hace como un proceso de elección donde existen consecuencias positivas y negativas para cada alternativa (votar o no) y escoge según los incentivos que haya para cada alternativa y según sus preferencias personales (Blackwell, Minard & Engel, 2002).

Un incentivo es entendido como un suceso ambiental que atrae o aleja a una persona hacia una acción particular y precede a la conducta creando una expectativa en el individuo sobre las consecuencias reforzantes o punitivas que están por llegar; por lo tanto, un incentivo puede ocurrir antes o después de realizado un comportamiento, y se denominará consecuencia si sucede en el momento de ocurrencia o posteriormente. Las consecuencias se presentan después de la emisión de la respuesta y aumentan o disminuyen la probabilidad de recurrencia de la conducta (Reeve, 2002). Las funciones que

cumplen los incentivos, por lo tanto, funcionarán en forma de antecedentes (generación de expectativas) (Mankelinas, 1987) o en forma de consecuentes (consecuencias como recompensas o castigos) (Foxall, 2003).

Sobre la base de lo dicho en el párrafo anterior, con la aplicación del MPC a la conducta de abstención electoral se busca identificar las funciones incentivadas, y en ellas, las consecuencias que mantienen el comportamiento abstencionista. Cuando las consecuencias son positivas, se denominan refuerzos, entre los cuales se encuentran el refuerzo utilitario que contiene los beneficios directos y funcionales que recibe el abstencionista al no votar y en segundo lugar encontramos el refuerzo informacional, de efectos de valor simbólico-intangible, más indirectos, que el abstencionista experimenta como consecuencia de su conducta (Sandoval, Robayo, Rincón & Fernando, 2009). Las otras consecuencias a las que se expone el abstencionista son los castigos, que también pueden ser utilitarios o informacionales.

De otra parte, se estudiará si la percepción de la cercanía del incentivo, por familiaridad, conocimiento o simplemente por la rapidez en que ocurrirá la consecuencia, puede afectar a que se adopte o no el comportamiento abstencionista. Esto evidenciaría que los aspectos informacionales previos a la realización de la elección entre votar o no se ve influida por las señales de las posibles consecuencias de cada opción y afectarán a las expectativas sobre la posibilidad de recibir o no una consecuencia en el comportamiento adoptado. Si se decide ser abstencionista, bajo esta lógica, puede deberse a la existencia de señales que indican que las consecuencias de ser abstencionista son escasas o más favorables que las que señalan que se debe votar. También podrían indicar que las consecuencias de ser abstencionistas son más funcionales (ayudan a ajustar al individuo a su contexto), más que cuando vota. En cualquier caso permitiría evidenciar la fuerza del incentivo a no votar antes de la decisión.

Teniendo en cuenta lo anterior, el problema de investigación es: ¿cuáles son las funciones de los incentivos asociados al abstencionismo electoral por apatía en varones y mujeres que residen en la ciudad de Bogotá con edades entre los 28 y los 56 años que nunca han ejercido el derecho al voto? A continuación se presenta un primer estudio exploratorio sobre el tema.

Metodología

Participantes

El muestreo se hizo de forma no probabilística, eligiendo a los entrevistados a conveniencia del investigador por facilidad de acceso a la población. Se empleó una muestra de tres personas de clases baja y media (niveles socioeconómicos 2 y 3), que residieran en la ciudad de Bogotá y que nunca antes hubieran ejercido su derecho al voto, con edades entre los 28 y los 56 años. Estas personas tienen conocimiento sobre las elecciones presidenciales y decidieron no votar. Todas ellas han tenido la oportunidad de votar en más de una ocasión. Su nivel académico es básica primaria, bachiller y técnico.

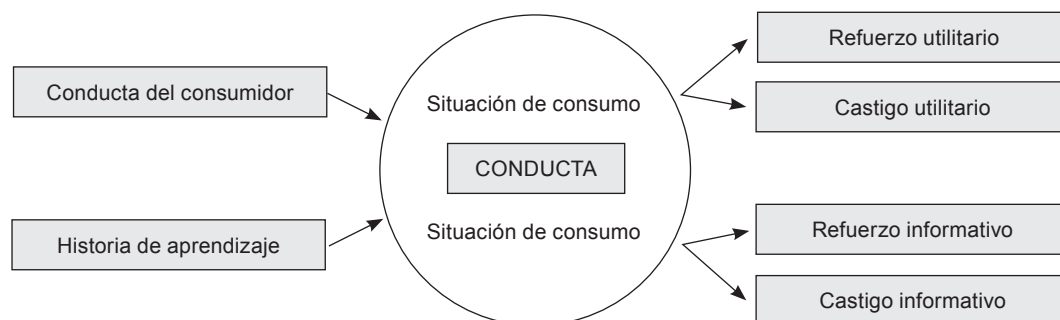


Figura 1 – El modelo de perspectiva conductual de la conducta del consumidor. Tomado de Robayo (2010).

Tipo de estudio

La metodología empleada en este primer momento de la investigación es de tipo exploratorio cualitativo. Se realizó mediante estudio de casos. La técnica de estudio de caso fue seleccionada porque permite tener un abordaje en profundidad identificando la historia personal del abstencionista en diferentes momentos y circunstancias, a través de múltiples entrevistas en profundidad. También se escogió este método porque permite no solo establecer la historia del individuo a través de los diferentes escenarios de votación, sino hacer reflexiones retrospectivas sobre sus procesos, expectativas, entornos, etc., pudiendo detallarse circunstancias y experiencias (Hernández, et al., 2010), que permiten dilucidar las funciones de los incentivos al abstencionismo.

Categorías e instrumento

Como categorías orientadoras se establecieron: (a) racionalidad frente al abstencionismo, y (b) funciones incentivas que promueven el abstencionismo electoral, dentro de las cuales se tienen las subcategorías: utilitario (entendida como las consecuencias directas y funcionales que recibe el abstencionista al no votar), informacional (efectos de valor simbólico-intangible), y proximidad (percepción de la cercanía del incentivo, por familiaridad, conocimiento o simplemente por la rapidez en que ocurre). Se inició este estudio por medio de estas categorías porque se considera relevante iniciar la investigación del abstencionismo en Colombia comprendiendo cuáles son los factores que mantienen esta conducta; estas categorías fueron indagadas por medio de una entrevista en profundidad.

Procedimiento

El estudio se desarrolló teniendo en cuenta las siguientes fases: (a) delimitación conceptual del estudio, en la que se seleccionaron las categorías orientadoras para la primera fase del estudio; (b) diseño de la guía para la técnica de entrevista en profundidad; (c) realización de las entrevistas en profundidad a los participantes, cada una de las cuales fue interrogado en más de una ocasión, y (d) análisis de categorías de

respuesta. Se obtuvieron los *verbatim*s más significativos y se construyeron categorías y subcategorías para analizar la información, teniendo en cuenta principalmente el modelo de Foxal (2010), mediante análisis hermenéutico.

Resultados

Características del abstencionismo por apatía

Las razones para nunca haber votado en quienes participaron en este primer estudio exploratorio muestran que existe una mezcla de motivos para no votar que identifican a estos abstencionistas, y se encuentra más de una razón a la vez. Se agruparon como se aprecia en la figura 2. Entre las razones para no votar, se encuentran las señaladas por Valencia, Peláez, Rúa y Awad (2010), donde aparecen la carencia de participación en política o la falta de interés por participar en política, la antipatía hacia el sistema electoral, los candidatos y las propuestas, en donde se evalúa que votar no cambiará las cosas, que no habrá ninguna diferencia en sus vidas no importa cuál candidato sea elegido, y se resalta que los candidatos no van a ofrecer soluciones reales a los problemas de la sociedad, y también se presenta el argumento de que no se vota porque, si se hiciera, un voto no haría la diferencia, es decir, el peso de su voto no afecta al resultado final. En la tabla 1 se muestran algunas afirmaciones al respecto. Como se puede observar en esos participantes, no podría decirse que existen motivos para el abstencionismo que permitan generar una clasificación en distintos grupos de abstencionistas (apáticos, alienados, indiferentes e instrumentales), como proponen estos autores; más bien todos ellos podrían incluirse en una sola categoría, que es la apatía, caracterizada por la ausencia de interés en votar y un rechazo hacia el sistema político, en la que se mezclan diferentes motivos para no votar, entre ellos el desinterés, la despersonalización del deber de votar, la ausencia de credibilidad del sistema o los candidatos, la no identificación de consecuencias para el votante, entre otras, como se muestra en la tabla 2.

En la clasificación de abstencionismo propuesta por Barthélémy en 1923 (citado por Garza, 2010), se propone que en el abstencionismo por apatía predomina un fuerte desconocimiento de las consecuencias de no votar. Este desconocimiento sería la principal característica del apático. En

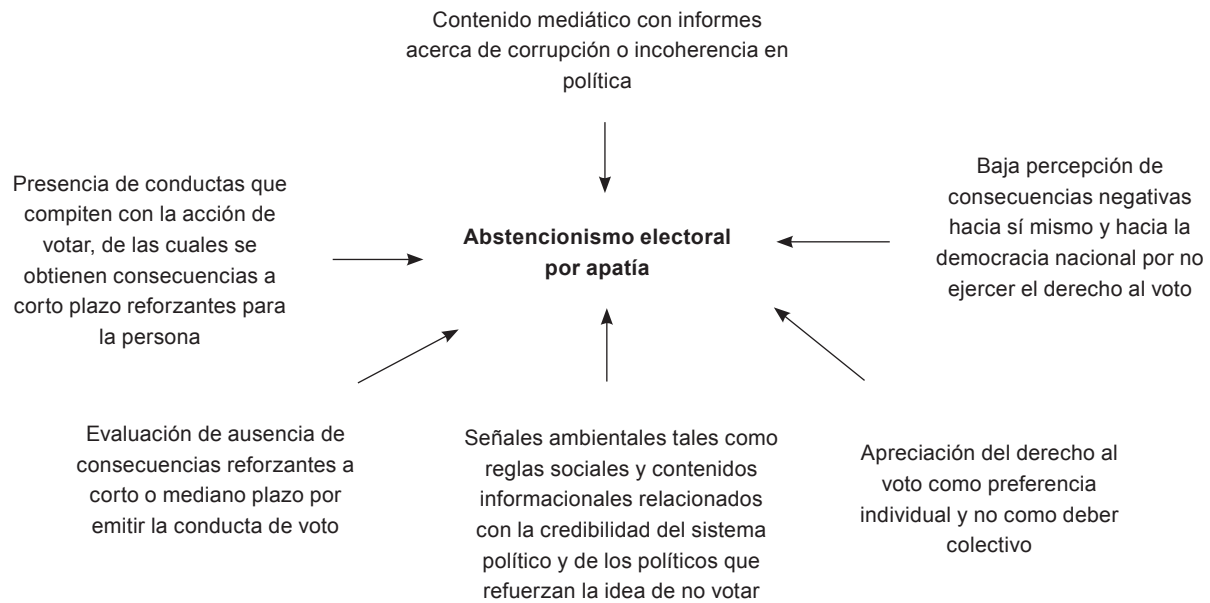


Figura 2 – Razones relacionadas con el abstencionismo electoral por apatía. Fuente: elaboración propia.

Tabla 1 – Afirmaciones sobre el abstencionismo por apatía

Participante 1	<p>“Yo no voté porque no estoy de acuerdo con los candidatos y no me gustan las propuestas. La verdad, no me parece coherente votar por alguien que sabemos va a seguir siendo lo mismo”</p> <p>“Esos candidatos... prometen y prometen y no cumplen”</p> <p>“No creo que tenga ningún efecto que porque una persona no vote vaya a afectar al resto del país”</p> <p>“La política no afecta en nada... no creo que me afecten... para mi vida no creo que me afecten”</p> <p>“No, no me interesan, porque lo que le vengo diciendo: meten puros cuentos diciendo que sí que van a hacer, pero la verdad es para que la gente vote, y cuando suben se les olvida todo lo que han prometido”</p> <p>“La verdad, no me interesa ningún tema de esos”</p> <p>“Veo que no es tan importante el voto para saber que, así uno vote por tal persona o en blanco, esos votos la mayoría son comprados”</p>
Participante 2	<p>“No le he visto la gracia a votar por alguien que promete y nunca cumple, igual ese es el lema de los alcaldes y de los presidentes, todo mundo promete, promete mientras que le dan el voto y luego no se vuelven a acordar de uno”</p> <p>“Algo que no me nace hacerlo, en verdad... con voto o sin voto uno sobrevive, igual toca trabajar para sobrevivir, hacer mi vida, porque igual si voto, tengo que madrugar a trabajar para comer; si no voto, también; la verdad es que no he visto esa obligación, y creo que me considero ciudadano como cualquiera a pesar que no he votado”</p> <p>“La acción de votar, eso va en las personas aficionadas a la política, yo a eso no le encuentro como sentido”</p> <p>“Cuando están haciendo campaña... uno ha visto que prometen y cuando llegan allá, comienzan los reclamos porque igual se olvidan... es donde uno entra en razón y uno no encuentra el sentido de colaborar, porque para qué”</p> <p>“Sí, pero se pone uno a ver que después que eso pasa, nada se hace realidad, o sea, yo vivo muy pendiente de las noticias de qué pasa, qué no pasa, y ahí es donde uno se da cuenta que hablan tanto de la seguridad de lo que colaboran a la gente y que está viendo uno, pues no encuentro esa razón de ser el ciudadano que ellos quieren”</p> <p>“Pues para mí eso es muy personal, es como al que le gusta el fútbol o al que no le guste, eso es muy personal para mí, yo nunca digo no vote o no sea de este partido... pero a mí no me nace”</p>
Participante 3	<p>“Francamente, porque los candidatos y la gente no la creo apta para eso, para los cargos que van a ejercer y... entre ellos mismos se sacan los cueros al sol”</p> <p>“Para mí francamente no, porque de todas maneras uno debe seguir trabajando y bregar cómo conseguir lo de uno”</p> <p>“No es que me afecte”</p> <p>“Creo que eso es un privilegio porque tienen derecho a escoger a la persona que cree apta para ese puesto, pero no todos tenemos la misma idea; a veces uno se abstiene porque la persona no es apta para eso”</p> <p>“Sí, yo he visto las entrevistas, los puntos que ellos van a ejercer y que piensan trabajar durante el gobierno de ellos, pero todo eso es mentira, un engaño”</p> <p>“El derecho a no hacerlo también está incluido”</p> <p>“No, yo no tengo inscrita la cédula”</p>

Tabla 2 – Motivos para el abstencionismo por apatía

Relacionados con el candidato	Rechazo a los candidatos Falta de credibilidad
Relacionados con el sistema político o electoral	Rechazo al sistema político Despersonalización del deber de votar Falta de identificación de consecuencias por votar o no votar Desinterés

este estudio, cuando se averiguaron las consecuencias de no votar, los participantes no mostraron un total desconocimiento, es decir, saben que no votar trae consecuencias negativas, pero no saben exactamente cuáles; por ejemplo, señalan que quienes votan lo hacen para recibir algún tipo de ayuda, algunos porque reciben dinero o simplemente porque esperan que su candidato gane y recibir algo a cambio. Otros participantes mencionan que las consecuencias de no votar son un aumento en los costos de las elecciones porque se requiere una segunda vuelta y se desperdicia dinero. En general, no son claras las consecuencias del no voto, y personalizan y ubican las consecuencias de votar como beneficios individuales, más que como beneficios sociales y colectivos asociados al sistema democrático. Por lo anterior, se puede afirmar que el abstencionista apático no solo ha perdido la fe en el sistema, sino que no conoce las implicaciones de no votar y tiende a ubicar las consecuencias del voto de manera personal e individual, desconociendo las consecuencias grupales.

Relacionado con lo anterior, en este estudio se encuentra que los abstencionistas ubican el voto en el plano del derecho; sin embargo, para ellos el derecho no implica el deber de votar, más bien el derecho al voto es concebido como la posibilidad de votar o no votar y el deber de votar no existe, no están obligados a votar, por lo tanto no es un deber. Vemos, por ejemplo:

Participante 2: “Si en mi familia casi todos votan; por ejemplo, en las elecciones pasadas de mayo yo estaba en Medellín, y todos votaron normal, hasta me invitaron a votar y yo no...”. “Si hasta he tratado con ellos, y me dicen es que uno debe votar por ser ciudadano, pues yo no sé, yo me llevo esa idea, yo les digo si usted va y vota mañana, gane quien gane, usted mañana tiene que madrugar a trabajar, a usted no le van a dar nada, y si no vota, también. Ah, pero es que uno debe votar por derecho y, pues, yo no lo hago”.

Participante 3: “Pues yo sí creo, porque hay mucha gente que se abstiene y tienen que volver a hacer otra vuelta, y eso es un gastadero de plata en vano”. “Pues en cuanto a ellos y la decisión de votar es de ellos, pero de todas maneras, si les sale bien el voto o no, pues ya lo hicieron y eso es un derecho”.

Incentivos al abstencionismo por apatía

Las verbalizaciones de los participantes muestran que para estas personas ejercen un gran efecto las reglas sociales o contenidos informativos que les señalan que no es rele-

vante emitir voto o que, dado el caso de que lo ejerza, su acción no generará un cambio significativo en el sistema político actual. La acción de votar no tiene efecto alguno en su día a día, no le traerá ningún beneficio para su desarrollo como ciudadano, es decir su conducta no se va a ver recompensada ni en el corto ni en el mediano plazo. Este resultado evidencia la necesidad de señales instrumentales como incentivos al voto cuando no se evidencian consecuencias personales por votar; la ausencia de tales señales funciona como incentivo al abstencionismo.

El abstencionismo por apatía también puede explicarse por la ausencia de generación de expectativas hacia los electores de posibles cambios que se puedan generar en el país si participan en las elecciones populares. Esta regla social se fortalece a partir de los medios de comunicación, que en periodos previos a las elecciones populares emiten noticias con contenido de fraude, incoherencia en el discurso, poca eficacia y corrupción de los políticos. Estos contenidos señalan a los participantes que, cualquiera sea su voto, los resultados para la sociedad serán negativos, por lo que se deslegitima la acción de votar y funciona como incentivo para el abstencionismo.

Los participantes reportan además que es común que los líderes políticos durante temporadas de campañas electorales tengan propuestas que resultan ser llamativas, pero una vez son elegidos olvidan sus planes de gobierno y se dedican a trabajar por sus intereses particulares o actúan de forma corrupta, por lo cual consideran que en el país nunca se van a presentar gobernantes capaces. La percepción de competencia de los candidatos, de corrupción del sistema y de la posibilidad de actuaciones corruptas inhibe el voto, por lo que la ausencia de credibilidad o el prejuicio de corrupción relacionado con la elección de un candidato son un incentivo al abstencionismo.

Los incentivos a corto plazo que son ofrecidos por el sistema electoral, como medio día de trabajo libre compensatorio, son conocidos por los abstencionistas, pero estos creen que no son incentivos relevantes, ya que algunos son trabajadores independientes o no tienen un trabajo formal, o simplemente las empresas no ceden el medio día prometido. La no contingencia (no recepción real del beneficio de votar) funciona como un incentivo al abstencionismo y como una consecuencia instrumental de castigo si se vota, es decir, se realiza el comportamiento, pero la consecuencia no se da o incluso se recibe castigo si se quiere pedir la recompensa prometida.

Al plantear situaciones hipotéticas en las cuales se presenten consecuencias de castigo utilitario por el acto de no votar, tales como multas, los ciudadanos reportan que ejercerían su derecho al voto pero que con una alta probabilidad sería en blanco, debido a que consideran que en el país no existen personas capaces para ejercer estos cargos o si existen, debido a la dinámica política del país, no podrían ejecutar sus planes de gobierno de manera satisfactoria. La inexistencia de mecanismos concretos que pueda percibir el ciudadano si realizara su voto en blanco funciona como un inhibidor al voto, ya que los abstencionistas pueden tener el interés de votar en blanco, pero no ven que cumpla una función real en el mejoramiento de la elección de los candidatos (tabla 3).

Tabla 3 – Incentivos al abstencionismo por apatía

Incentivos informacionales	Incentivos utilitarios
<ul style="list-style-type: none"> • Deslegitimación de la acción de votar por la ausencia de resultados sociales positivos en gobiernos elegidos democráticamente • Percepción de falta de competencia o corrupción en los candidatos • Ausencia de conocimiento y/o percepción de mecanismos del voto en blanco que afecten de forma real a las elecciones y generen una alternativa para quienes no están de acuerdo con los candidatos a elegir 	<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de consecuencias personales positivas por votar • No hay contingencia o castigo para acceder a las recompensas por votar

Discusión

Esta investigación se ha centrado en estudiar e identificar las razones y las funciones incentivas en el comportamiento de personas abstencionistas por apatía. En principio, según la revisión de la literatura, se definió al abstencionista electoral por apatía como una persona desinformada o que valora poco las consecuencias de no votar, para quien los incentivos al voto tienen poca importancia, los subvalora o no son lo suficientemente visibles y, por lo tanto, no cumplen una función incentiva.

Los hallazgos presentados en esta investigación permiten tener una visión analítica más clara y profunda acerca del abstencionismo electoral, debido a que el estudio de este siempre se ha centrado en clasificaciones, evaluación de cifras o legitimidad democrática en relación con la abstención. A excepción del experimento realizado por Funk en 2010, en el cual se investigó el impacto de la presión social (incentivo) en el comportamiento electoral de ciudadanos suizos, no se han realizado mayores investigaciones acerca de factores presentes en el ambiente que operen como mantenedores de la conducta abstencionista o promotores de la participación en la gestión electoral. Por lo tanto, este estudio exploratorio da apertura para que se generen mayores investigaciones que describan e incluso encuentren relaciones de influencia entre la acción de votar y factores ambientales como beneficios o castigos directos y funcionales, reglas culturales o contenidos informacionales.

En el análisis de datos se pudo observar que en el abstencionismo electoral por apatía se da una alta presencia de incentivos a no votar de tipo informacional, como los propuestos por Foxall entendidos como efectos de valor simbólico-intangible, más indirectos, que el abstencionista experimenta como consecuencia de su conducta (Sandoval, Robayo, Rincón & Fernando, 2009), es decir, que una conclusión que tiene gran relevancia dentro de este estudio es que las personas se ven motivadas a no ejercer su derecho cívico debido a que operan contingencias de refuerzo en las que reglas culturales y contenidos informacionales presentes en los contextos cercanos desacreditan las acciones de los políticos, disminuyen en el ciudadano la importancia de

elegir a sus representantes, lo que se demuestra en que el ciudadano considera que la gestión pública no tiene ninguna incidencia en su realidad.

En coherencia con lo expuesto anteriormente en este grupo poblacional, consecuencias de tipo utilitario entendidas como beneficios directos y funcionales que recibe la persona por votar no son contingentes; pero cuando se abordó durante el estudio la situación hipotética de obtener consecuencias como castigos de tipo utilitario —como multas por su conducta de abstención—, los participantes revalúan su comportamiento y argumentan que probablemente votarían, pero su voto sería nulo o en blanco, por lo cual se recomienda abordar en futuras investigaciones este aspecto de manera más específica. Es claro que este factor podría ser relevante para promover la participación en este grupo de electores potenciales, pero se debe tener cuidado con hacerlo de manera aversiva.

Por lo anterior, se propone seguir abordando el abstencionismo electoral por apatía desde una perspectiva de consumo ideológico en el cual la persona, para emitir su conducta de votar o abstenerse, realiza una valoración explícita o implícita de los incentivos que se presentan en cada una de las alternativas a corto o mediano plazo y que son de tipo informacional o utilitario; es claro que en este estudio el fenómeno se encuentra abordado de forma exploratoria, por lo cual se debe continuar con su abordaje y proponer nuevos alcances en la investigación, debido a que el estudio de este tipo de abstencionista tiene implicaciones en la gestión pública y electoral del país y de cualquier nación que opere a partir de un sistema democrático, si se quiere que en realidad la administración pública genere resultados que obedezcan a un proceso participativo, integral y consecuente con su población, pues es claro que los abstencionistas por apatía, por la poca motivación, no se involucran en las dinámicas de elección independientemente de los candidatos que se presenten durante las diferentes convocatorias, son un grupo poblacional en Colombia relevante que incide en la actual dinámica de gestión electoral en el país. Con su estudio se podrá identificar incentivos que promuevan y compitan por la participación electoral.

REFERENCIAS

- Alcubilla, E. (s.f.). Abstencionismo electoral, Procesos electorales. Instituto Interamericano de Derechos Humanos. Recuperado de http://www.iidh.ed.cr/multic/controles/Biblioteca/BuscadorCategoria.aspx?contenido=3c2b8415-35f8-418e-a3eb-acf153bb1dc5&Cat=Diccionario_Electoral&Portal=CAPEL
- Blackwell, R., Miniard, P., & Engel, J. (2002). *Comportamiento del consumidor*. México, DF: D. Thomson.
- Brenes, M. (2006). Abstencionismo en las elecciones municipales. *Revista de Derecho Electoral*, 2, 1-19.
- Boix, C., & Riba, C. (2000). Las bases sociales y políticas de la abstención en las elecciones generales españolas: recursos individuales, movilización estratégica e instituciones electorales. *Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 95-128.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2005). *Población Colombia ahora*. Recuperado de http://www.dane.gov.co/reloj/reloj_animado.php

- Echeverry, I., & Sandoval, M. (2011). Análisis del comportamiento de compra en un contexto experimental simulado. *Suma Psicológica*, 18, 49-63.
- El Tiempo (2014). *Presidenciales con la abstención más alta en 20 años: 59,93%*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/politica/partidos-politicos/abstencion-en-las-elecciones-presidenciales-en-colombia-2014/14036215>
- Foxall, G. (2003). The behavior analysis of consumer choice. *Journal of Economic psychology*, 24, 581-588.
- Funk, P. (2010). Social incentives and voter turnout: evidence from the swiss mail ballot system. *Journal of the European Economic Association*, 8, 1077-1103.
- Garza, T. (2010). El abstencionismo en México: Una visión institucional del tema. *Alegatos – Revista Jurídica de la Universidad Autónoma Metropolitana*, 74, 257-266.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. 5.ª ed. México: McGraw-Hill.
- Instituto Interamericano de Derechos Humanos (1988). *Diccionario electoral*. Ed. Centro Interamericano de Asesoría y Promoción Electoral.
- López, T. (2013). Los factores de la ecuación del voto: un análisis empírico. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 143, 47-74. doi:10.5477/cis/reis.143.47
- Mankeliunas, M. (1987). *Psicología de la motivación*. México: Trillas.
- Mata López, T. (2013). Los factores de la ecuación del voto: un análisis empírico. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 143, 47-74.
- Mico, G. (2011). *El abstencionismo electoral en la Comunidad Autónoma de las Illes Balears*. (Tesis doctoral). Palma de Mallorca, España: Universitat de ses Illes Balears.
- Montoya, R., & Montoya, M. (2012). Norberto Bobbio: entre el derecho y la política (II). *Boletín del Área de Derecho Público*, 9, 2-19.
- Parada, J. (2010). Democracia y participación en Colombia: un espacio en construcción. *Espacio Abierto. Cuaderno Venezolano de Sociología*, 19, 641-652.
- Reeve, J. (2002). *Motivación y Emoción* (Víctor Campos, Trad.) México: McGraw-Hill.
- Registraduría Nacional del Estado Civil (2011). *Balance de las elecciones de autoridades locales*. El Nuevo Siglo. Recuperado de http://www.registraduria.gov.co/IMG/pdf/separata_elec2011.pdf
- Restrepo, D., & Cárdenas, R. (2004) Crisis del centralismo y nuevos retos para las entidades territoriales: una mirada desde Colombia. *Cuadernos del Cendes*, 21, 23-54.
- Robayo, O. (2010). El modelo de perspectiva conductual como alternativa para la interpretación del comportamiento del consumidor. *Poliantea*, 6, 189-212.
- Robayo, O., & Ortegón, L. (2013). Patrones de elección de marca y niveles de refuerzo diferencial en categorías de productos de consumo masivo. *Psicología desde el Caribe*, 30, 449-477.
- Sandoval, M., Robayo, Ó., Rincón, J.C., & Fernando, O. (2009). Patrones de elección de marca en función de los cambios en los niveles de refuerzo utilitario e informacional en categorías de productos de consumo masivo. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 497-517.
- Treviño, F. (2014). El abstencionismo electoral en los municipios del estado de Nuevo León: un acercamiento longitudinal. *Reforma siglo XXI*, 78, 22-30.
- Valencia, A., Peláez, E., Rúa, C., & Awad, G. (2010). Abstencionismo: ¿por qué no votan los jóvenes universitarios? *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 31, 363-387.