

¿QUÉ NOS LLEVA A VOTAR?

Lo que todo político debería saber
para conquistar el voto en Colombia

Carlos Andrés Pérez Múnera





Carlos Andrés Pérez Múnera

Doctor en Ciencia Política por la Universidad Complutense de Madrid. Máster en Ciencia Política de la Universidad de Salamanca. Máster de Estudios Políticos Aplicados de la FIIAPP, en Madrid.

Ministro en la Embajada de Colombia ante la Unión Europea, encargado de las relaciones con el Parlamento Europeo y los actores políticos del continente. Consultor en marketing electoral y de gobierno para varios países de América Latina.

Es autor, además, de los libros Pistas para entender el cerebro político (1 edición), Comunicación y Marketing Político (6 ediciones), Claves para Dirigir en Tiempos de Crisis (4 ediciones).

Fue ganador del Victory Award en Washington y del Premio Faro en Venezuela por su trabajo en consultoría política. Es director del Centro de Análisis y Entrenamiento Político, CAEP; y pertenece a la Organización de Consultores Políticos Latinoamericanos, OCPLA.

¿QUÉ NOS LLEVA A VOTAR?

**Lo que todo político debería saber
para conquistar el voto en Colombia**

Carlos Andrés Pérez Múnera

Konrad Adenauer Stiftung

Centro de Análisis y Entrenamiento Político

Carlos Andrés Pérez Múnera

¿Qué nos lleva a votar?

Lo que todo político debería saber para conquistar el voto en Colombia.

ISBN: 978-958-59616-0-9

Primera edición

Coordinación Editorial:

CAEP

Diseño carátula: María Isabel Arango F

Diagramación: María Isabel Arango F

Impresión: Publicaciones Vid

Dirección Editorial:

Centro de Análisis y Entrenamiento Político-CAEP, 2016

E-mail: contacto@caep.co

Tel.: (57-4)311 07 75 - (57-300) 410 68 68

“Prohibida la reproducción, la comunicación pública, total o parcial, la distribución sin la autorización previa y expresa de los titulares, y, en cualquier caso, la comercialización de esta obra”.

CONTENIDO

Agradecimientos	11
Presentación	13
1. Introducción	15
1.1. Relevancia	20
1.2. Metodología: datos y técnicas.....	29
1.3. Estructura	31
2. Marco teórico	35
2.1. Introducción	35
2.2. Factores sociológicos	37
2.3. Factores políticos.....	56
2.4. Otros factores.....	68
2.4.1. Movilización	68
2.4.2. Elementos de persuasión	73
2.4.3. Rol de los partidos.....	87
2.4.4. Medios de comunicación como agentes movilizados	92
2.5. A modo de conclusión	107
3. Abstención en Colombia	109
3.1. Abstención a nivel nacional	110
3.2. Abstención a nivel regional y local.....	120
3.3. Colombia es diferente a América Latina	125
4. Contexto político y social de Colombia	135
4.1. Antecedentes políticos-históricos de Colombia.....	135
4.2. Partidos y Sistema de partidos en Colombia	144
4.2.1. Marco histórico de los partidos colombianos.....	145

4.2.2. Marco legal con las reformas del nuevo siglo	149
4.2.3. Actualidad partidaria colombiana: nuevos retos en el siglo XXI	153
4.2.4. Evolución de la participación ciudadana en Colombia, a modo de conclusión	163
4.3. Contexto de las cuatro ciudades objeto de estudio.....	166
4.3.1. Contexto político y social de Bogotá	167
4.3.1.1. Bogotá y sus niveles socioeconómicos...	169
4.3.1.2. Dinámica histórico-política en Bogotá	171
4.3.1.3. Dinámica política en Bogotá en el nuevo siglo	176
4.3.2. Contexto político y social de Medellín	177
4.3.2.1 Medellín y sus niveles socioeconómicos.	179
4.3.2.2. Dinámica histórico-política en Medellín	183
4.3.2.3. Dinámica política en Medellín en el nuevo siglo	188
4.3.3. Contexto Político y social de Cali.....	189
4.3.3.1. Cali y sus niveles socioeconómicos	190
4.3.3.2. Dinámica histórico-política en Cali.....	193
4.3.3.3. Actualidad política en Cali	195
4.3.4. Contexto Político y social de Barranquilla	199
4.3.4.1. Barranquilla y sus niveles socioeconómicos	201
4.3.4.2. Dinámica histórico-política en Barranquilla.....	203
4.3.4.3. Actualidad política en Barranquilla en el nuevo siglo.....	206

5. Impacto de los factores individuales

en la decisión de votar.....	209
5.1. Variable dependiente: la decisión de votar	209
5.2. Variables independientes: factores individuales	210
5.3. Análisis bivalentes	215
5.3.1. Intención de voto según género.....	215
5.3.3. Intención de voto según identificación partidista	219
5.3.4. Intención de voto según estrato socioeconómico	221

5.3.5. Intención de voto según propuesta de campaña (Issues).....	223
5.3.6. Intención de voto según nivel académico.....	225
5.3.7. Intención de voto según la actividad.....	227
5.4. Análisis multivariante.....	229
5.4.1. Selección del modelo.....	231
5.4.2. Coeficientes del modelo	234
5.5. Modelo de aplicación selectiva	238
6. Conclusiones.....	243
7. Bibliografía.....	249
8. Anexos	269
8.1. Anexo 1.	269
Resultado elecciones Concejo de Bogotá 2000-2011 ...	272
8.2. Anexo 2.	280
Resultados elecciones	
Alcaldía de Medellín 2000-2011	280
Resultados Elecciones	
Concejo de Medellín 2000-2011.....	283
8.3. Anexo 3.	287
Resultados electorales	
Alcaldía de Cali 2000-2011.....	287
Resultados electorales	
Concejo de Cali 2000-2011	290
8.4. Anexo 4.	294
Resultados electorales Alcaldía	
de Barranquilla 2000-2011	294
Resultados electorales Concejo	
de Barranquilla 2000-2011	297
8.5. Anexo 5	301
Ficha técnica Encuestas, Invamer-Gallup.....	301

ÍNDICE DE CUADROS, TABLAS, MAPAS Y GRÁFICOS

Cuadros

Cuadro 1.	Factores individuales analizados en este trabajo.....	33
Cuadro 2.	Otras variables analizadas	34
Cuadro 3.	Framing que describe la movilización ciudadana	64
Cuadro 4.	Condicionantes de la participación social	85
Cuadro 5.	Valoración positiva de actores sociales.....	93
Cuadro 6.	Consumo de medios en Colombia	94
Cuadro 7.	Evolución de la participación electoral en elecciones presidenciales	110
Cuadro 8.	Evolución de la participación electoral en las elecciones presidenciales, desagregada por departamentos	112
Cuadro 9.	Evolución de la participación electoral en las elecciones de Congreso, desagregada por departamentos	113
Cuadro 10.	Evolución de la participación electoral nacional en elecciones al Congreso de la Republica.....	116
Cuadro 11.	Participación electoral por partidos políticos en las elecciones al Senado 1990-2014 ...	117
Cuadro 12.	Comparativo evolución de la participación entre las cuatro ciudades del modelo en sus elecciones de alcalde 2000-2011	121
Cuadro 13.	Evolución de la participación ciudadana en Medellín	122

Cuadro 14. Evolución de la participación ciudadana en Cali.....	124
Cuadro 15. Evolución de la participación ciudadana en Bogotá.....	125
Cuadro 16. Participación y abstención en América Latina en elecciones presidenciales	127
Cuadro 17. Participación de capitales en elecciones de congreso en América Latina.....	128
Cuadro 18. Participación en elecciones locales en las capitales latinoamericanas.....	130
Cuadro 19. Votos en blanco e indecisos, campaña presidencial 2014.....	132
Cuadro 20. Índice de calidad de la democracia en América Latina, 2005.....	143
Cuadro 21. Partidos políticos colombianos y su fecha de fundación	145
Cuadro 22. Partidos y Movimientos Políticos según su situación en 2015	160
Cuadro 23. Estratificación social y ocupación residencial en Bogotá (2013)	169
Cuadro 24. Población de Medellín por nivel socioeconómico (2013)	182
Cuadro 25. Estratificación socioeconómica de Cali.....	194
Cuadro 26. Estratificación social de Barranquilla (2013).....	202
Cuadro 27. Codificación de la variable dependiente.....	210
Cuadro 28. Variables independientes, incluidas en la encuesta	211
Cuadro 29. Reclasificación de la variable Issues de campaña....	213

Tablas

Tabla 1. Posibilidad de votar según Sexo, para cada Ciudad	216
Tabla 2. Posibilidad de votar según Grupos de edad, para cada Ciudad	217
Tabla 3. Posibilidad de votar según Ideología para cada Ciudad	220

Tabla 4.	Posibilidad de votar según Estrato para cada Ciudad	222
Tabla 5.	Posibilidad de votar según Issues para cada Ciudad	224
Tabla 6.	Posibilidad de votar según Nivel académico para cada Ciudad	226
Tabla 7.	Posibilidad de votar según Actividad principal para cada Ciudad.....	228
Tabla 8.	Codificaciones de variables categóricas	230
Tabla 9.	Tabla de clasificación	232
Tabla 10.	Clasificación por ciudades	233
Tabla 11.	Prueba de Hosmer y Lemeshow	234
Tabla 12.	Variables en la ecuación.....	236
Tabla 13.	Variables que no están en la ecuación	237

Gráfico

Gráfico 1.	Diagrama de variables explicativas	38
Gráfico 2.	Ejemplos de ramificación del partidismo político en Colombia	138
Gráfico 3.	Índice de Competitividad Electoral – Presidenciales 1986 a 2014.....	148
Gráfico 4.	Índice de Competitividad Legislativa.....	148
Gráfico 5.	Número Efectivo de Partidos en Colombia 2002-2014.....	158
Gráfico 6.	Índice de Fragmentación en Colombia 2002-2014.....	158
Gráfico 7.	Evolución de la aceptación de partidos políticos en Colombia (2007-2013)	162
Gráfico 8.	Volatilidad electoral Senado 2002-2006 frente a 2010-2014.....	163
Gráfico 9.	Comparativo del Índice de Fragmentación en el Concejo de Bogotá 2000-2011	173
Gráfico 10.	Comparativo Número Efectivo de Partidos Concejo de Bogotá 2000-2011.....	175
Gráfico 11.	Número Efectivo de Partidos, Concejo de Medellín Evolución 2000-2011....	185

Gráfico 12. Índice de Fragmentación RAE, Concejo de Medellín Evolución 2000-2011	186
Gráfico 13. Comparativo Número Efectivo de Partidos, Concejo de Cali 2000-2011	197
Gráfico 14. Comparativo Índice de Fragmentación, Concejo de Cali elecciones 2000-2011	198
Gráfico 15. Comparativo Número Efectivo de Partidos Concejo de Barranquilla 2000-2011.....	205
Gráfico 16. Comparativo Índice de Fragmentación Concejo de Barranquilla elecciones 2000-2011	206

Mapa

Mapa 1. Nivel de participación, elecciones Cámara de Representantes 2014, por departamento	119
Mapa 2. Nivel de participación, elecciones locales 2011, por departamento.....	126

AGRADECIMIENTOS

Quiero reconocer especialmente la labor del doctor Hubert Gehring -representante en Colombia de la Fundación Konrad Adenauer de Alemania- y de todo su equipo, en beneficio del fortalecimiento democrático; y empezar estas líneas agradeciendo su permanente cooperación con el Centro de Análisis y Entrenamiento Político, y el respaldo a nuestras iniciativas comunes, que buscan una mejor sociedad.

* * *

Escribir un libro analizando el comportamiento de las personas del país donde se vive, con las que se interactúa día a día, puede parecer sencillo y de alguna manera sí lo es porque el sustrato de trabajo está ahí, a la mano. Sin embargo al ser parte de ese mismo grupo poblacional hay actitudes propias que se mezclan con las de la masa y nos recuerdan que hacemos parte de ella y que mirarnos a nosotros mismos no siempre es objetivo. De ahí que tener una mirada comparada sea tan necesaria, tanto como los ejercicios en los que se deja reposar el texto y se vuelve sobre lo escrito una y otra vez.

En esa lectura siempre están los ojos de tantas personas, compañeros de viajes académicos, de consultoría en campañas y en gobiernos; y lo más importante: miradas de amigos alejados de la política, que pueden sentir a la persona sentada a su lado en un bus o en un banco de la universidad, sin prevenciones, como muchas veces no pude hacerlo yo.

Dentro de ese grupo tengo que agradecer de corazón a Leticia María Ruiz Rodríguez, su rigurosidad y su confianza en el texto que se iba produciendo hicieron que la versión final tenga tanto de mi tarea

investigativa como de sus muy acertadas recomendaciones, que hicieron que ideas sueltas encontraran sentido.

Quiero agradecer el desprendimiento de Jorge Londoño De la Cuesta, gerente de Invamer-Gallup, que con su interés en apoyar un ejercicio académico, puso a disposición del modelo que se iba pensando, los resultados de sus muy cuidadosas encuestas.

Este libro no habría podido completarse sin el apoyo de James González, que con su vasto conocimiento de la estadística contribuyó a que ideas abstractas se convirtieran en un modelo estructurado; y Carolina Botero, quien me respaldó en la recopilación de información bibliográfica y resultados electorales; igualmente a Catalina Roa, sus lecturas del texto ayudaron a darle forma y orden.

Investigar con rigurosidad académica para un texto como este, trae evocaciones de los primeros pasos entre libros y cuadernos. Han corrido muchos años desde esas jornadas en las que dibujar un círculo era la tarea de mayor presión. Y al mirar atrás, en esos momentos y en los actuales, siempre encuentro las mismas caras: las de mi familia, algunos se fueron ya, otros apenas están llegando.

Gracias, infinitas gracias...

Bruselas, septiembre de 2014

PRESENTACIÓN

En la búsqueda de contribuir al fortalecimiento de la democracia y el Estado de Derecho, la KAS ha desarrollado en Colombia diversas iniciativas encaminadas al estudio y generación de análisis sobre el sistema político colombiano durante más de cuatro décadas. De manera particular, en los últimos años hemos concentrado esfuerzos en los procesos electorales y su repercusión en la gestión del poder en Colombia.

En este ámbito, sin embargo, hasta el momento no habíamos abordado la cuestión electoral desde la perspectiva de sus reales protagonistas: los electores. La publicación que aquí presentamos, de autoría del experto en comunicación y marketing político Carlos Andrés Pérez, es justamente una contribución a la generación de conocimiento sobre el comportamiento electoral.

Algo particularmente innovador de este estudio es el hecho de que no sólo tiene en cuenta las relaciones ciudadanía-partidos políticos, así como la importancia de las cualidades personales de los candidatos a la hora de tomar decisiones electorales, sino también circunstancias individuales del votante que se analizan con gran rigor académica y que sin duda influyen en últimas en los resultados electorales.

A lo largo de seis capítulos y con numerosos ejemplos de la práctica y el contexto político nacional, Carlos Andrés Pérez examina, entre otros, elementos históricos y socioeconómicos que influyen en el comportamiento electoral y potencialmente explican el alto porcentaje de abstención en los comicios en Colombia. El libro, además, hace parte de una serie de manuales prácticos sobre temas como comunicación y marketing político que la KAS ha publicado en años

recientes, en cooperación con el Centro de Análisis y Entrenamiento Político –CAEP.

Esperamos que los lectores encuentren en este libro una herramienta útil y que, en particular, los tomadores de decisiones de diversos sectores puedan tomarlo como insumo práctico para su labor.

Finalmente, agradecemos a Carlos Andrés Pérez por su excelente trabajo académico en la elaboración de esta publicación, que ahora se suma a una lista importante de iniciativas que desde hace más de una década hemos adelantado conjuntamente.

Dr. Hubert Gehring
Representante de la KAS en Colombia

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo analiza la participación electoral ligada al fenómeno de la abstención, como su contraposición, en contextos de larga tradición democrática. En concreto, intenta explicar la participación electoral en Colombia, país que no fue parte de la ola de golpes de estado y de la posterior etapa de dictaduras de la manera como se registraron en América Latina en la última mitad del siglo XX¹.

Colombia disfruta de alternancia democrática con altos niveles de abstención desde el llamado Frente Nacional (1974), acuerdo que significó la alternancia del poder central en los partidos Liberal y Conservador. La cifra de electores que no ejercen su derecho al voto en un promedio de 51,5% para la década de los noventa y en un promedio de 54,7% para la década posterior.²

En las elecciones presidenciales de 2010, con el fenómeno de la llamada Ola Verde que encabezó el candidato Antanas Mockus, las encuestas plantearon que los nuevos votantes (7'440.000 personas con documento para votar por haber cumplido 18 años) que ingresaron al censo electoral desde 2002 podrían incidir en el resultado final. Ello debido a la simpatía que mostraba ese grupo poblacional hacia el candidato de los verdes. Sin embargo, en la jornada electoral ese grupo no se comportó como predecían los estudios de opinión registrándose nuevamente una elevada abstención (55,67%)

¹ El llamado golpe de estado del general Gustavo Rojas Pinilla y su posterior gobierno conocido como la 'dictablanda' se dio en un contexto diferente a la ola referida: fue debido al coyuntural estado de salud del presidente Laureano Gómez y a la renuencia del presidente designado Roberto Urdaneta de asumir el poder.

² Porcentajes referidos a elecciones presidenciales.

Ello a pesar de los esfuerzos que se han hecho para incitar la participación. En seis años se tramitaron en el Congreso de la República, dos reformas políticas que ajustan las reglas del juego para promover la institucionalización de los partidos y la cercanía del político con el ciudadano.

Lo elevado de estas cifras de abstención, que contrasta con una participación promedio de 60,4% en países latinoamericanos, según datos de Mendieta-Ramírez (2012), hace relevante abordar las razones para participar o para no hacerlo que condicionan a los colombianos. Más aún cuando ello afecta a la calidad de la democracia en Colombia que, como señalan Levine y Molina 2011, será mayor mientras más participación ciudadana exista.

Así, el objetivo de este libro es llegar al detalle sobre el comportamiento electoral de los ciudadanos frente a las elecciones en el caso colombiano, permitiendo ver cómo los factores individuales y políticos influyen la conducta de los ciudadanos; teniendo en cuenta que hay otras variables como consumo de medios o campañas publicitarias, que no se analizan de manera particular en este trabajo, pero que inciden en la relación de la ciudadanía con la política.

En Colombia el estudio del comportamiento electoral ha avanzado en los últimos años, en el sentido de pasar de análisis de casos de campañas específicas a perfilar al ciudadano como actor trascendente de la acción política. Los estudios de los que se parte para este nuevo tipo de análisis vienen de los que se centraban en el voto como relación clientelar de la ciudadanía con los partidos (Barrero y Meléndez, 2011). A partir de éstos, lo que se busca en el presente texto es aprovechar lo recopilado en los anteriores trabajos que recogían la relación partidista con la ciudadanía para centrar esa simbiosis como uno de los factores que podrían orientar la decisión de votar o abstenerse (Giraldo, 2004).

Algunos trabajos han particularizado el centro focal de sus investigaciones en las figuras de los candidatos y cómo influyen éstos en la decisión final de los electores (Hoskin y otros, 2005). De esta manera

se han estudiado dos elementos centrales en la política colombiana que no corresponden a los modelos institucionales que se buscan con las nuevas reformas al sistema que se han planteado: relación clientelar y personalismo.

Ambos elementos son válidos para explicar el comportamiento electoral de los colombianos, pero insuficientes para determinar la influencia de los factores individuales que están intrínsecamente ligados a algo tan trascendental como su participación en los procesos democráticos.

De la misma forma, los partidos también han tenido un gran protagonismo en los trabajos sobre dinámica electoral en Colombia como resultado de la diversificación de la oferta partidista. Empezando desde los procesos de creación de éstos en los inicios de la república, pasando por su hegemonía y control del poder –en épocas del Frente Nacional–, hasta el rol que cumplen en la actualidad, luego de la expedición de la Constitución de 1991 en la que se abrió la puerta para que llegaran más partidos.

Sin embargo, sobre este último aspecto hace falta más detalle, teniendo en cuenta las sucesivas reformas políticas de 2003³ y de 2009⁴, en tanto éstas llevaron a la confección de listas únicas por partidos políticos y aumentaron el umbral al 3% en elecciones a Congreso, logrando una transformación notable⁵ del escenario político colombiano. Esto hizo que las colectividades tradicionales (Liberal y Conservador) se relegaran al tercer y cuarto puesto en la preferencia de los colombianos en cuanto a número de votos efectivos y partidos nacidos a la luz de estas reformas quedaran en los primeros lugares.

³ Acto Legislativo 001 de 2003.

⁴ Acto Legislativo 001 de 2009.

⁵ A raíz de estas reformas se redujo el número de partidos (de 76 a 8) y entraron a escena nuevas colectividades que hacen uso de la opción de lista cerrada, como el movimiento MIRA y el Centro Democrático.

Como resultado de estos procesos, los estudios electorales sobre Colombia se ha decantado por analizar el rol de los partidos y ha existido un rezago en la atención a los factores individuales de los ciudadanos y que, además de la pertenencia a partidos, les llevan a tomar la decisión de votar o abstenerse.

Este trabajo concentra su interés en explorar esos factores y contrastarlos con las cifras históricas de participación y abstención en dos tipos de elección: nacional y local; usando análisis cuantitativos y cualitativos.

¿Cuál sería entonces el peso de los factores individuales en la decisión de votar o abstenerse en Colombia?

Para ello se tendrán en cuenta las aportaciones de dos grandes áreas de conocimiento: la sociología política y la psicología política. Ambas han trabajado en la importancia de los factores individuales sobre las conductas políticas.

La exploración surge desde una perspectiva que combina psicología y sociología, entendidos como los determinantes individuales de cada grupo de personas que, para este libro, estarán identificados por variables que puedan agruparlos como grupos etarios. Éstas son el género, nivel social, nivel de estudios, actividad principal e identificación partidista.

En el caso de Colombia se debe tener en cuenta que es un país de regiones, con características sociodemográficas muy distintas y formas de encarar la política muy particulares. Lo anterior resulta interesante además debido a que confluyen en este territorio otros factores como el conflicto armado, el narcotráfico y en algunos lugares también ha sido más evidente el manejo clientelar de las elecciones que en otros (Velásquez y González, 2003). Todo ello se ha tenido en cuenta en la revisión de fuentes teóricas y el trabajo de campo que se haga para perfilar los votantes de cada región.

determinan de alguna manera (algunas más y otras menos) cómo se logra movilizar al elector.

Esta investigación responderá a la pregunta sobre cómo pueden influir en la decisión del voto de los colombianos, los componentes económicos y sociales, el nivel académico, la actividad principal que desarrolla cada persona, los issues de campaña, la ideología, el sexo y el grupo de edad, los cuales se explicarán en detalle a lo largo de toda la investigación.

También hay otros factores que influyen en la toma de decisiones en Colombia, algunos propios como el conflicto interno -ya mencionado- y la tendencia hacia perfiles con independencia política y otros que pueden ser aplicables a cualquier población como el entorno, los medios de comunicación, el desarrollo personal y los candidatos. Éstos serán tratados como elementos de contexto debido a que la investigación se basa en los mencionados en el párrafo anterior.

Cada segmento de votantes tendría matices dentro de esas variables y sus motivadores, aunque puedan parecer los mismos, serían la combinación de elementos (Laswell, 1951). Incluso, como un aporte en este tema podremos delinear perfiles de votantes, dependiendo de qué circunstancias necesitarían para motivarse a acudir a las urnas.

En el mismo sentido el resultado de la investigación debe responderse también desde una pregunta explicativa que se busca con delimitar las decisiones en algo tan complejo y de poco interés para la gente, como la política: ¿Qué explica las diferencias entre las variables que determinan el voto en Colombia?

No somos seres ajenos al entorno en el que vivimos, ni a la educación que recibimos desde niños. Incluso, esa etapa de nuestras vidas ayuda a definir nuestro comportamiento: hay estudios que demuestran que eso aplica para el comportamiento posterior en materia política (Madestam y Yanagizawa-Drott, 2011).

Es decir, por qué motivo al existir un mayor nivel educativo, los colombianos acuden más al llamado cívico de votar y efectivamente se puede ver en los resultados electorales, que de cada 10 personas en estratos altos con niveles educativos mayores, 7 acuden a las urnas, mientras que en niveles donde no hay estudios superiores, sólo 4 de cada 10 votan (Pérez, 2010). Al respecto, este libro demuestra que hay un comportamiento más participativo en materia electoral en el caso de personas con mayor nivel educativo realizado.

Otro caso que denota cómo en Colombia el comportamiento electoral está ligado a diferentes variables es el de los partidos políticos, quienes se han encargado de labrarse unos nichos específicos, en el caso de los conservadores han sido vistos cómo los representantes de los estratos altos, mientras que los liberales (o los partidos escindidos de esa rama) como amigos de los núcleos de población más populares, temas estos que se amplían en esta investigación.

1.1. Relevancia

Existen razones teóricas, empíricas y aplicadas que justifican la relevancia de un trabajo sobre el impacto de los determinantes individuales en la abstención en Colombia. Entre las razones de orden teórico se destaca la relación entre participación y factores de índole individual, recogidas en el marco teórico de este texto, en las que la abstención es discutida como una opción de manifestación política y a la vez como un mecanismo de respuesta a la desafección que existe en Colombia frente a lo público

Entre las razones empíricas, este escrito presenta nuevos datos para conocer el impacto de los factores individuales en la intención de participar en las elecciones o abstenerse de hacerlo (Ver cuadro 1.). El modelo utilizado, llena un vacío en el sentido de explorar desde lo local, donde se entiende mejor la relación del ciudadano con los asuntos públicos, los procesos que motivarían un mayor número de votantes.

Entre las razones aplicadas se destacan las reformas políticas y electorales que se vienen realizando en Colombia desde 2003, cuando se establecieron listas únicas por partidos, se elevaron los requisitos para inscribir listas a Congreso a través de la recolección de 50.000 firmas para luego dar el salto a la conformación de partidos si se logra pasar el umbral (este se aumentó y ahora para ser tenido en cuenta al momento de contar los votos, es necesario obtener al menos el 3%).

Lo anterior se viene dando en concordancia con la preocupación que suponía en Colombia la necesidad de tener partidos fortalecidos desde lo institucional, situación que aumentaría la calidad de la democracia. Al respecto, las reformas no se han agotado y el presidente Juan Manuel Santos (2010-2018) ha abanderado un proyecto que complementaría lo logrado: listas cerradas a corporaciones con previa democracia interna de los partidos, eliminación de la reelección, entre otras cosas.

Una de las razones por las cuales el estudio en Colombia sobre baja participación electoral no ha llegado a una respuesta satisfactoria es porque la pregunta que se hacen los analistas esta erróneamente planteada debido a que se cuestionan desde la legislación en qué se ha fallado y por el contrario la pregunta correcta es: ¿qué se ha hecho para motivar al ciudadano a acudir a las urnas?

Por eso uno de los propósitos centrales de este libro es darle herramientas a los partidos para entender las motivaciones de sus militantes o de ciudadanos que no lo son y a partir de ese entendimiento, cautivarlos y llevarlos a la acción con el voto, no por obligación legal sino por motivación real.

Esta investigación, en este mismo sentido, es relevante para el contexto actual colombiano por dos razones: la primera por lo que ya se planteó, un momento de reformas políticas, algunas ya aprobadas en el Congreso de la República⁶ y otras anunciadas por el gobierno,

⁶ Las ya citadas de 2003 y 2009.

pero todas apuntando a fortalecer la institucionalidad de los partidos, sobre las personas.

En ese sentido, esta investigación es pertinente porque Colombia viene atravesando un proceso de ajuste institucional en el que los ciudadanos se deslindan de los partidos y empiezan a asumir su rol en las decisiones, de manera directa, sin intermediarios. Las reformas buscan fortalecer las agrupaciones partidistas sobre los candidatos que se presentan avalados por firmas⁷.

La segunda razón está determinada por la necesidad de aportar a la respuesta pendiente de cuáles son los condicionantes que llevarían a la ciudadanía a tener una mayor relación con la política y en ese sentido, vincularse de manera directa en los procesos electorales.

En esta misma vía, habría que ver los diferentes actores que podrían lograr mayor interés de la ciudadanía en asuntos públicos y posterior participación en política. Por ejemplo los medios de comunicación que tienen una tarea importante en el proceso de la *agenda setting* (Cervantes, 2001), y actúan de esa manera en procesos electorales, destinando nuevos espacios para programar debates y programas de opinión en los que se puedan presentar a los candidatos y sus propuestas.

Ahora bien, el análisis del comportamiento electoral que se trabaja en este libro es relevante dado que la elección de uno u otro candidato, de una u otra política de gobierno y en sí la participación política en general, está influenciada constantemente por factores externos que pueden pasar desapercibidos, pero que realmente pesan en el votante, tales como factores socioeconómicos, educativos, edad, sexo, mediáticos, circunstanciales e ideológicos.

Salta a la vista la importancia de un estudio analítico y estadístico del comportamiento electoral desde las variables individuales propuestas, permitiendo agrupar los diversos factores antes expuestos en estas dos

⁷ Artículo 108 de la Constitución de Colombia.

áreas: factores sociológicos o del entorno y políticos. Los primeros, agrupan los elementos individuales de la persona, que le dan un cariz diferenciador en la sociedad y los segundos hablan de los condicionantes externos relacionados de manera directa con la política como los *issues* de campaña y la identificación con partidos políticos.

El análisis y resultados finales de las variables a investigar persiguen su aplicación en el campo político desde asesores hasta los propios candidatos o dirigentes políticos de manera clara para reforzar estrategias de acercamiento con sus nichos de mercado. Lo anterior permite una mayor interacción entre la institucionalidad (partidos o entidades públicas) con la ciudadanía.

Este estudio se limita a un país que tiene una larga historia democrática y de estabilidad política en Sur América si se le compara con otros en la región, pero que también ha sufrido periodos largos de violencia interna sostenida por el narcotráfico. Colombia, se convierte en un territorio propicio para este estudio debido a todos los factores que confluyen.

Haciendo de éste un análisis de utilidad para el estudio del comportamiento electoral en Colombia, nos adentraremos primero en esas circunstancias específicas del territorio a estudiar. Pasemos ahora a ver el caso de Colombia más de cerca.

En Colombia las discusiones que se han propiciado en el Congreso sobre la modernización del ejercicio político han estado centradas en endurecer los requisitos para la existencia de partidos políticos, pero ha existido poca disposición a analizar las causas del comportamiento de los electores, debido a la alta dependencia del clientelismo que opera en el país (Lozada y Vélez, 1981).

Sin embargo, algunos investigadores han ahondado en la problemática y parten de señalar la necesidad de que exista primero un verdadero sistema de partidos, para luego buscar una institucionalidad de la política (Fernández y Parra, 2000). El bipartidismo representado en los conservadores y los liberales que dominaron la escena por más

de 150 años, con autonomía absoluta, dio paso a una serie de organizaciones que están lejos de ser empresas políticas con vocación de permanencia⁸ y al contrario se han convertido en agrupaciones que subsisten por un manejo clientelar.

La reforma política de 2003 permitió la escisión de los dos partidos y nacieron otros al amparo de personalidades (la U, Cambio Radical, PIN), que subsisten, pero es claro que se debilitan en la medida que esas figuras no tengan protagonismo.

En la actualidad los partidos han perdido terreno en los últimos años en las grandes ciudades, y las decisiones se toman más teniendo como guía la personalidad del candidato (Pérez, 2009), los estudios teóricos de modelos que definen comportamiento electoral como el de Campbell y otros (1960), no arrojan resultados muy satisfactorios en cuanto a elecciones a cargos unipersonales.

Sobre este particular, Pinzón y Rothlisberger (1991) describen al votante colombiano como ciudadano “más independiente en su voto y dispuesto a olvidar sus ataduras tradicionales, a cambio de programas que parecen colmar sus necesidades”. Esto, en parte se debe a la figura del ‘voto programático’ que introdujo la Constitución de 1991, que obliga a los candidatos a registrar sus propuestas de campaña ante la Registraduría al momento de su inscripción y a gobernar basados en ellas (existe la revocatoria del mandato para el gobernante que no siga su programa). Los partidos, de otra parte, tienen incidencia en el voto en las áreas rurales y se mantiene la tendencia histórica de votaciones por agrupaciones políticas.

Hay un factor determinante en las elecciones recientes en Colombia: a parte de los rótulos partidarios, el ser percibido como candidato independiente moviliza a los votantes a acercarse a las urnas a emitir un voto por quienes así se definen. Hay una larga lista de políticos

⁸ Lo muestran los cambios en la configuración del Congreso donde entran y salen agrupaciones políticas en cada elección.

que se marginaron de los partidos tradicionales (incluso de los nuevos) que han sido exitosos electoralmente y han conquistado feudos que antes pertenecían al bipartidismo.

Estos candidatos han apelado, en algunos casos a la lucha de clases planteando propuestas populistas, buscando seducir nichos de clases baja y media. En Colombia se ha estudiado el efecto que trae algunos factores socioeconómicos en el voto, Francisco Gutiérrez (2003) asegura que no hay una conexión entre la variable socioeconómica y el voto de los colombianos y que al contrario se trae al presente la tradición de cómo se ha votado, para seguirla.

Sin embargo ha faltado profundizar más en el análisis de factores individuales más allá de las condiciones de estratificación socioeconómica⁹. Este texto analiza, además de esa, otro tipo de variables asociadas a la particularidad del individuo que pueden incidir en su determinación de participar en procesos político o no hacerlo.

Hay un elemento que debe estudiarse cuando se trata de buscar los condicionantes que llevarían al voto en Colombia: el conflicto interno. La violencia desatada por los grupos de ultraderecha y ultraizquierda ha llevado a que inevitablemente se intimide a la población no sólo en sus actividades diarias, sino a la forma cómo eligen a sus gobernantes.

Este tipo de violencia, asociada a la política, busca resquebrajar las convicciones morales internas de cada persona para influenciar su forma de pensar, de ver la vida y de relacionarse con su entorno (Aguilera, 2002).

Es cierto que si bien este trabajo no analiza de manera directa la incidencia de la violencia en la decisión de voto, ésta no deja de ser una variable importante para tener en cuenta en futuras aproximaciones al

⁹ Como se explicará más adelante, la sociedad colombiana para efectos de organización ante el Estado está dividida en estratos socioeconómicos del 1 al 6, que mide los ingresos de cada hogar.

caso colombiano, en tanto la ciudadanía está expuesta tanto a acciones del conflicto, como a información sobre el mismo.

Al verse sin opción de expresar posiciones de manera libre, los ciudadanos se abstienen de participar voluntariamente y se crea una subordinación, con necesidad de demostrar apoyo -para proteger sus vidas-, hacia los grupos al margen de la ley. Aunque este es un fenómeno que afecta primordialmente a las zonas rurales, la llegada de bandas criminales a las ciudades ha cambiado el panorama urbano y es posible visibilizar qué zonas son afectadas por esta coerción. Esto se describe más en detalle en el análisis cualitativo de cada ciudad.

En realidad, los investigadores colombianos se han centrado más en analizar las causas de la abstención desde las nuevas herramientas de participación que se han creado, tanto en la Constitución de 1991, como en las sucesivas reformas políticas y electorales que ha realizado el Congreso.

Como se expresó anteriormente, entender los factores que alientan la intención de voto podría ayudar a determinar qué ha fallado desde la estructura de las leyes y servir de apoyo para plantear qué motivaciones tienen los ciudadanos para votar y fortalecer de esa manera la democracia desde una reglamentación adecuada.

Dentro de este contexto cabe la tesis, que formulan paradójicamente quienes cuestionan la abstención, en el sentido de que al no ser el voto una acción de obligatoriedad, la ciudadanía tiene el derecho de no asistir a las urnas como una forma de protesta, e incluso podría verse la abstención como un acto legítimo para manifestarse frente a convocatorias en ese sentido (Giraldo, 2006).

Además ya con la finalidad de mostrar un caso particular de Colombia y recordando que el núcleo de este texto es el comportamiento electoral, es pertinente este trabajo, en tanto que dentro de las reformas permanentes que se plantean al ejercicio político, hay voces que piden instaurar el voto obligatorio (el Centro Democrático, Rodrigo Villalba del Partido Liberal y Oscar Bravo del Partido Conservador han

liderado en el Congreso esa iniciativa), viendo esta alternativa como la única no de fomento de la conciencia de participación política, sino de imposición de obligaciones políticas.

Dado que no se trata el problema desde su origen, se plantean soluciones vagas sin hacer un estudio a fondo de la causa real de la baja participación electoral, es cierto que otros países de América Latina hacen uso del modelo del voto obligatorio pero su situación política ha sido y es diferente a la colombiana.

Está claro que la baja identificación con los partidos genera abstención (Anduiza y Bosch, 2004) y al contrario, quienes muestran mayor interés hacia la política acuden en porcentaje más alto a las urnas. Una encuesta realizada en 15 países europeos y citada en el libro *Comportamiento Político y Electoral* (Ariel, 2004) demuestra que los ciudadanos con interés 'alto' en asuntos públicos votan diez puntos porcentuales más que quienes tienen interés 'bajo'.

La premisa anterior justificaría que este texto se centre en variables del nivel individual en tanto se determina que una de ésta categoría podría incidir en un asunto de tanta importancia para la vida democrática como la participación.

Este trabajo analiza el impacto de las variables individuales en la decisión de votar o abstenerse y se dejan por fuera otro grupo de variables que podrían tener incidencia como el consumo de medios y el nivel de exposición a información de campañas.

Se trabajó sobre las variables individuales porque ellas explican el comportamiento de las personas en sus círculos sociales y, sin embargo, existe un vacío en la literatura sobre este particular. En este sentido, estas páginas pretenden poner de manifiesto la necesidad de profundizar sobre estas variables para construir hacia el futuro -con nuevas investigaciones sobre las variables dejadas a parte aquí-, un contexto completo de los elementos que llevarían a votar o a abstenerse al ciudadano colombiano.

En el desarrollo de esta investigación se pretenden comprobar tres hipótesis que parten de la individualidad del ciudadano, es decir, de factores que inciden de manera directa en su vida, bien sea en la consecución de sus metas personales o en su ideología:

1. Los ciudadanos que hayan alcanzado mayores niveles de estabilidad en materia de desarrollo individual (mayor edad, nivel de educación más alto, actividad principal mejor remunerada y estable) tienen una probabilidad mayor de votar que aquellos que cuentan con menor estabilidad social. Lo anterior debido a que al sentirse retribuidos perciben que su voto puede mantener el estado positivo en el que viven.
2. En la medida que los ciudadanos pertenezcan a un nivel socioeconómico más alto (medido a través del estrato sociodemográfico en Colombia, en el que 1 es bajo y 6 es alto) acudirán en mayor número a votar; en la medida que en estos estratos hay mayor acceso a la educación y a debates de carácter informativo.
3. El mayor interés en asuntos políticos, entendido como la propia identidad del ciudadano con algún partido y la identificación que hace de los *issues* más importantes en el momento de la campaña, determina una mayor posibilidad de acudir a votar, en tanto habrá recibido más información que le permita tomar su decisión donde entienda el aporte que hace con su voto.

Las hipótesis parten de contar con un estímulo en el elector debido a una mayor influencia de cierto factor individual (sociológico o político) es decir que a mejor escala económica social, avanzada formación académica, mayor interés y conocimiento de procesos políticos; los posibles electores colombianos acudirán en mayor medida a ejercer su derecho al voto.

También se evalúan las variables actitudinales, como la actividad principal, que según la literatura son predictores del voto (Grafstein, 2005) y se analizan dentro del contexto de las cuatro ciudades colombianas a evaluar, cada una con dinámicas diferentes.

1.2. Metodología: datos y técnicas

Para esta investigación se tomaron dos tipos de fuentes: cuantitativas y cualitativas. La evidencia empírica cuantitativa procede de cuatro encuestas realizadas por la firma Invamer-Gallup¹⁰ en el último mes de campaña de las elecciones locales de 2011 en Colombia, en las cuatro ciudades más importantes: Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla.

Las encuestas se realizaron con el fin de medir intención de voto en la recta final de la campaña a las alcaldías de las ciudades mencionadas en un proyecto conjunto de varios medios de comunicación con la encuestadora¹¹. El cuestionario incluía preguntas de reconocimiento y valoración de los candidatos, temas que consideraban prioritarios para que el próximo alcalde de su ciudad desarrollara, así como cuestiones de identificación política, como el partido al que se considera más afín y su intención de voto en las próximas elecciones, además de su participación en las anteriores de 2010.

De otro lado, se realizó trabajo de campo con enfoque cualitativo en las mismas cuatro ciudades para desarrollar una estructura social y ver la tradición de partidos políticos con el fin de construir un contexto sociopolítico de cada una de las ciudades analizadas.

En este sentido, se presenta un capítulo con el contexto de cada una de las ciudades analizadas como insumo para entender cómo las particularidades de cada una podrían o no, motivar la participación. En el desarrollo del modelo (capítulo 5) se abren dos opciones: primero, se juntan los datos de las cuatro ciudades en una misma base de datos, respetando el peso de las ciudades en cuanto a número de habitantes y su contribución a la participación electoral; y segundo, se presentan desagregados los resultados de las cuatro ciudades para ver sus diferencias.

¹⁰ La ficha técnica de las encuestas está en los anexos de este trabajo.

¹¹ Las muestras se tomaron cuatro días antes de la elección.

En lo que se refiere al análisis de datos, se aplicaron dos tipos de técnicas: bivariante y multivariante. El análisis bivariante entrañó la aplicación de un modelo de regresión logística que explicara el papel de la variable dependiente frente a las independientes. La dependiente fue tomada como *intención de votar (o abstenerse)*, construida al utilizar sólo las respuestas positivas de quienes dijeron que votarían únicamente si esas mismas personas habían sufragado en las elecciones inmediatamente anteriores.

En el análisis multivariante fueron incluidas en el modelo todas las variables con las que se contaba de las encuestas de 2011. Lo anterior se hizo siguiendo un patrón que ubicaba primero las variables que fueran teniendo mayor incidencia en la decisión de votar y se detuvo en las variables que ya no modificaban la dependiente.

A pesar de lo fiable de los datos obtenidos, el hecho de no contar con datos rurales sino urbanos limita la comprensión definitiva del total de la población. Igualmente el hecho de que los estudios cuantitativos utilizados fueron obtenidos en un solo momento en el tiempo, impide medir la movilidad de los ciudadanos y contrastar posibles cambios por las coyunturas que ha vivido Colombia.

Para minimizar este efecto, se analizó la composición de los concejos municipales en las cuatro ciudades, en las últimas elecciones¹² (2000, 2003, 2007 y 2011), para comprobar qué tan alto es el nivel de variación de presencia de los partidos políticos y medir la capacidad de transferencia de voto duro que tienen los dirigentes políticos de una elección a otra.

Igualmente se comparó el nivel de abstención promedio en estas ciudades en elecciones locales, en las que de manera concurrente se eligen gobernadores, alcaldes y concejales; con las elecciones para presidente de la República y Congreso, para determinar variaciones en la movilización ciudadana dependiendo de las jornadas electorales.

¹² Este período de tiempo incluyó el antes de las reformas políticas y el después.

1.3. Estructura

Para abordar un tema tan complejo como la participación se parte de una revisión exhaustiva de la literatura para completar un marco teórico que permita comprender los planteamientos sobre participación electoral asociados al comportamiento humano, para eso se seguirán las escuelas de Columbia con sus investigaciones sociológicas y la de Michigan con sus interpretaciones psicológicas.

Igualmente se analiza el tratamiento a los conceptos usados como columna vertebral de este trabajo: participación y abstención, con el fin de contextualizar en términos generales qué aproximación se ha hecho a estos factores.

Posteriormente, en el capítulo 3, se analiza el fenómeno de la abstención que ayuda a explicar la apatía por la que no se participa y la asociación que puede hacerse de estos factores en las diferentes ciudades estudiadas. En este capítulo se comparan las cifras de abstención de las elecciones locales en todas las jornadas desde que en 1988 se implementó la elección popular de alcaldes; además de las cifras agregadas de abstención en Colombia frente a otros países latinoamericanos.

Así mismo, se hace una comparación del porcentaje de participación y abstención del ciudadano colombiano en diferentes tipos de elecciones: locales y nacionales, usando todos los departamentos, pero enfocando los análisis hacia las cuatro ciudades objeto de estudio de este libro.

Con esos datos se entra en detalle a darle un contexto histórico y actual a Colombia y a las cuatro ciudades en análisis, además de incorporar nuevas datos sociodemográficos de los habitantes de los cuatro núcleos urbanos, que ayudarán a un contexto cualitativo complementario al posterior capítulo ya referenciado en esta introducción, en el que se cruzan las variables a través de un modelo estadístico.

Finalmente, en ese modelo, se analiza la incidencia de las variables independientes sobre la dependiente y se determina cuáles son los

factores individuales que tienen mayor peso en la decisión de votar o abstenerse.

En la presentación del modelo se realizó un ejercicio predictor que permite utilizar selectivamente algunas variables independientes sobre la dependiente, con el fin de determinar las características concretas de grupos de ciudadanos que serían más o menos propensos a participar o a abstenerse.

Se han dejado fuera otras variables que podrían ayudar explicar el comportamiento electoral de los colombianos, como campañas electorales e influencia de los medios de comunicación estudiadas en los trabajos de De Aragón (2011) y Page (1996). Esta investigación se centra en las variables que recoge el cuadro 1 porque a partir de ellas se puede entender su inserción en la vida social, que explica olas de participación activa (LeBon, 2000) no sólo en asuntos políticos; pero para nuestro caso de estudio encajan.

Además, como se dijo en párrafos precedentes, el análisis realizado con anterioridad en la academia colombiana probó la relación clientelar y cómo funcionó para mantener el bipartidismo durante casi 150 años. Al ser la participación un fenómeno multicausal, esta investigación dejará planteados interrogantes para que en futuras acometidas se analicen nuevas variables no incluidas en este texto.

Cuadro 1. Factores individuales analizados

FACTORES INDIVIDUALES	VARIABLE	VALORES	FUENTES
Sociológicos	Nivel académico	- Primaria o menos. - Profesional. - Secundaria. - Técnico/Tecnológico.	Encuesta
	Sexo	- Hombre - Mujer	Encuesta
	Grupo de edad	- 18 a 24 años. - 25 a 34 años. - 35 a 44 años. - 45 a 54 años. - 55 o más.	Encuesta
	Estrato socioeconómico	- Bajo. - Medio. - Alto.	Encuesta
	Actividad principal	- Ama de casa. - Desempleado. - Estudio. - Trabajo. - Pensionado.	Encuesta
Políticos	<i>Issues</i> de campaña	- Orden público/Inseguridad/Delincuencia. - Situación económica. - Situación social.	Encuesta
	Identificación partidista	Partido al que pertenece: - Conservador. - Liberal. - De la U. - Cambio Radical. - Polo Democrático. - MIRA. - Ninguno.	Encuesta

Cuadro 2. Otras variables analizadas

VARIABLE	INDICADORES	FUENTE
Variación de presencia de partidos en los concejos municipales de las cuatro ciudades evaluadas (Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla)	- Número de concejales de cada partido en cuatro períodos (2000, 2003, 2007 y 2011).	Registraduría Nacional del Estado Civil.
Abstención y participación en elecciones locales Vs. Abstención y participación en elecciones nacionales.	- Porcentaje de votantes y no votantes en elecciones locales (cuatro ciudades evaluadas). - Porcentaje de votantes y no votantes en elecciones nacionales.	- Registraduría Nacional del Estado Civil. - Construcción propia.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Introducción

El objetivo de este capítulo es repasar los elementos teóricos que se han estudiado sobre los factores individuales que podrían afectar el comportamiento de los ciudadanos, específicamente los que podrían llevarlos a participar o a abstenerse en jornadas electorales. La real importancia de este texto radica en un análisis profundo de los factores individuales y del entorno que influyen en la toma de decisiones personales y que, sumadas a las de otras personas, se ven reflejadas en el voto de una población y, por ende, en el gobierno electo.

La abstención (y por ende la participación) es un fenómeno multicausal del cual este trabajo intenta una explicación que combina factores sociológicos y políticos. Para tal fin, en este capítulo se abordará el tratamiento que se ha dado al fenómeno de la abstención desde las escuelas de Sociología Política de Columbia y de Psicología Política de Michigan con el fin de establecer las diferentes variables individuales y del entorno que inciden en la presentación de este comportamiento.

Además de estas existen otras escuelas que estudian el fenómeno, como la de 'rational choice' que vincula la decisión de votar con el interés particular de cada ciudadano; sin embargo este trabajo se centra en las primeras enunciadas, porque la dinámica que plantean es más amplia que sólo decisiones racionales, es decir: se contemplan las emocionales también.

Este capítulo, estará dividido en dos partes. La primera parte, dedicada al comportamiento electoral analizado desde los factores sociológicos,

es donde se encontrarán explicaciones básicas que servirán de soporte y entendimiento para el resto de este libro. Se continuará el hilo conductor del capítulo analizando cómo se han tratado los factores externos que influyen en un individuo y posteriormente se ven reflejados en el actuar de una sociedad. Aquí se trabajarán los conceptos de sociabilidad simple y compuesta, que inducen comportamientos en masa. En este mismo apartado se hacen algunos apuntes sobre la información y cómo el mensaje llega a cada persona de una manera diferente, por lo tanto direccionar bien el mensaje a cada nicho particular es de suma importancia para accionar efectivamente la movilización al voto. Lo anterior en el entendido de una de las hipótesis planteadas en este trabajo: a medida que haya más información hay más conocimiento y luego más participación.

En la segunda parte de este capítulo se analiza el comportamiento electoral desde factores políticos que están determinados por el interés de cada ciudadano frente a temas partidistas, de campaña y de gobierno. Lo anterior se ilustra a través de estudios teóricos relacionados con condicionantes del voto como la ideología.

Como colofón al capítulo se observa el tratamiento de los diferentes autores a la manera como el comportamiento de cada uno de nosotros se encuentra influenciado por factores externos, tales como los medios de comunicación (como vehículos que entregan información) y las campañas políticas. Así pues, dentro de este mismo apartado se incluyen tres componentes adicionales: la movilización, los elementos de persuasión para captar el voto y la *agenda setting*, como la capacidad de los medios de poner sobre la mesa los temas de discusión. Pueden parecer estos últimos, temas aislados a esta investigación puesto que no hacen parte del modelo trabajado, pero en realidad están ligados a la psicología que ejercen los partidos o movimientos políticos a través del mensaje, de la acción o la omisión ya que los ciudadanos se movilizarán de acuerdo con la conducta de estos actores.

2.2. Factores sociológicos

La literatura ha atendido a factores sociológicos intentando explicar la abstención como fenómeno multicausal. Este análisis empezó en la década de 1960 en la Universidad de Columbia y posteriormente lo continuó desde la psicología, como perspectiva complementaria, la Universidad de Michigan.

La individualidad de la persona juega un papel determinante a la hora de tomar decisiones, pero el entorno en el que se mueve influye de manera significativa. La suma de variables que moldean el comportamiento van a ser trascendentes en la decisión final de participar en procesos sociales (como los electorales), o en la abstención.

Empezando con la educación, -factor que puede ser usado para medir diferencias entre países-, se trata de un componente que va a determinar el comportamiento social y se ha comprobado que al recibirla de manera desigual (algunos mayor nivel de estudios que otros), incide directamente en la conducta (Fraile, 2007).

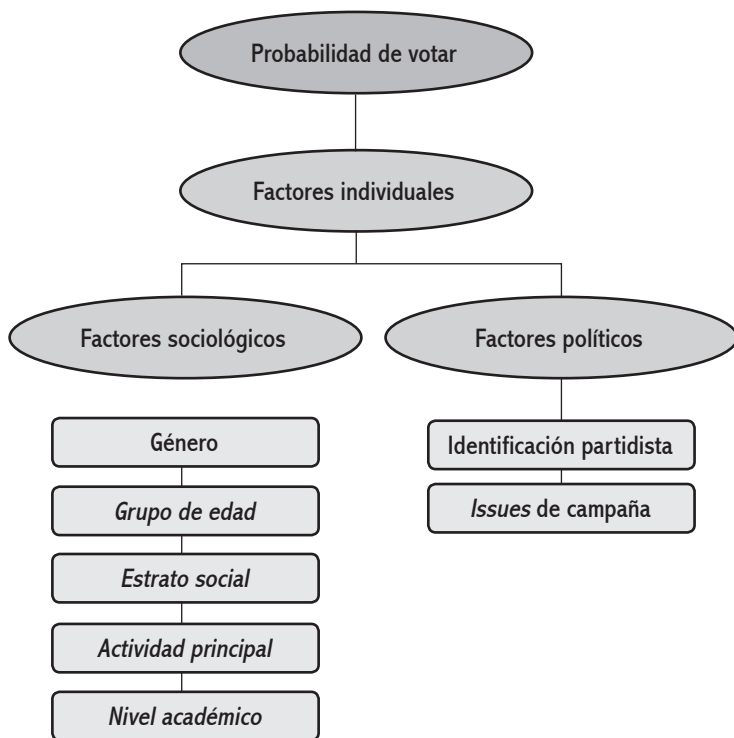
De igual manera, el clientelismo, un factor con fuerte presencia en los entornos sociales de los países latinoamericanos, tiene mayor capacidad de movilización en épocas electorales (Velásquez y González, 2003), lo que impediría que elementos predictores del voto, como consumo de medios o campañas electorales, puedan medirse con la fuerza que tienen en otros momentos.

En las variables desarrolladas en este apartado se puede interpretar si la acción del individuo se corresponde con la actitud de la masa, matizada por condicionantes del entorno, es decir se trae a colación la posibilidad de que el individuo, al ser parte de un grupo social, se apoye en las decisiones que éste último adopte.

Sin embargo, como cada persona presenta su propio sello, la psicología de las masas se va tornando en psicología 'particular' en determinadas ocasiones: por ejemplo en el terreno moral, aunque la sociedad determine algunas conductas como impropias, las personas dependiendo

de los momentos que viva (edad) puede no percibirlos como tales (Pérez, 2011).

Gráfico 1. Diagrama de variables explicativas



Fuente: Elaboración propia.

Basados en el anterior preámbulo, hay que partir primero de la desmitificación de la sociología cuando se relaciona con la política, en tanto que muchos autores han circunscrito el estudio de la primera sin la posibilidad de complementos. La política llega, entonces, a ilustrar como fenómeno social que es, la plasticidad de la sociología.

Esto es que la sociología se puede adecuar a los diferentes elementos de los grupos que estudia y aunque éstos al final terminen haciendo parte del engranaje político, cada uno de ellos va a merecer un análisis particular.

Al quedar estos elementos claros, en las primeras definiciones de sociología política, era necesario que se diera un paso más allá hacia la aplicación de la misma en procesos tan complejos como las campañas electorales; y de ahí salieron las universidades de Columbia primero y Michigan después, casos que se analizan a continuación.

En la década de 1960, en la Universidad de Columbia partieron de los estudios iniciales que la sociología tenía de la política y como resultado de esos estudios surgió el libro *The American Voter*, que recoge perfiles de votantes estadounidenses, respondiendo a ciertas variables como son: grupo étnico, raza, estado civil, grado de religiosidad y nivel de educación.

Estas variables, analizadas desde la teoría en los estudios de Columbia (Lazarsfeld y otros, 1960), constituyen los elementos para definir los determinantes del voto. Lo anterior no como parte del entorno, sino de la individualidad de la persona que, tiene unas características particulares que moldea sus actitudes.

Por lo tanto, son esas características particulares, es decir es la personalidad del ser humano, como fuente de estudio, la que ofrece pistas para anticipar las decisiones que se tomarán, porque al recibir información, bien sea a través de los medios de comunicación o de campañas electorales segmentadas con noticias fabricadas a la medida, responderá de manera positiva con su voto; o negativa con el abstencionismo o con el voto en contra.

Esto cabe perfectamente dentro del contexto sociológico, si tenemos en cuenta que algo tan particular como la personalidad toma peso como condicionante del elector, cuando se interactúa en una sociedad con otras personas, que podrían incidir a través de la confianza que se haya establecido en el núcleo familiar, laboral o las redes sociales.

Estos grupos primarios, como la familia y los amigos tienen la capacidad de establecer elementos de juicio que se tornan en comunes para quienes pertenecen a ellos y se adecúan canales de comunicación

permanentes en épocas de campaña, donde prima en mayor medida la legitimidad que traen estos grupos.

Primero se crean niveles de confianza para la vida en sociedad, no necesariamente para la política, y luego se comparte información que lleva a tomar decisiones (Lupia y McCubbins, 2000).

Sobre este particular, estos autores dicen que “Sin confianza no hay persuasión. Sin persuasión la gente no puede aprender de los otros”, y le dan mayor fuerza a las historias de vida personales y los acontecimientos del día a día como elementos necesarios para conseguir credibilidad de parte de la ciudadanía, que sería el primer paso para obtener el acompañamiento, y el voto posteriormente.

Hay que tener en cuenta los rasgos de personalidad de los ciudadanos y los matices que se van creando dependiendo de las condiciones del entorno descritas en páginas precedentes. Es decir, lo que para los estándares sociales se refiere a mayor estabilidad (estudio, trabajo, etc) crea mayor confianza en el sistema y se convierte en determinante de la participación (Schoen y Schumann, 2007).

Un condicionante extra descrito por los mismos autores citados en el párrafo anterior tiene que ver con su relación con los partidos políticos y lo cercano que los sientan como parte de la sociedad, sin embargo ese en particular debe circunscribirse a los países donde las colectividades tienen presencia y son actores sociales.

Las lealtades a los partidos se han perdido en los últimos años, logrando que se desdibujen las líneas ideológicas de los mismos, donde la ciudadanía expresa que no tiene claro qué representa cada uno, ni la diferencia que existe entre las colectividades.

En los momentos actuales, en los que los medios alternativos de comunicación han propiciado una mayor interacción y las barreras de los medios tradicionales se han franqueado, es explicable el impulso que pueden llegar a tener políticos que rompen moldes como los mencionados anteriormente, pero también la presencia de estos

medios dan pautas de cómo se logra socializar elementos comunes que lleven a la participación.

Harold Lasswell, quien realizó varios estudios sobre comportamiento electoral en los Estados Unidos (*Power and Personality*, 1948) planteó que es necesario que los ciudadanos acepten el grupo social al que pertenecen, se sientan parte de él y además vean espacio para el desarrollo de su individualidad, para participar en masa.

Uno de los medidores de este nivel, son los símbolos que utilizan los colectivos sociales, tales como banderas, escudos, himnos, uniformes y demás; que logran servir de cohesionador para que los miembros se vean reflejados los unos en los otros y adopten decisiones conjuntas.

Eso lo definieron Sigmund Freud y Gustave Le Bon en sus estudios sobre psicología de las masas, en los que argumentaron que las personas se comportan de manera diferente bien, si actúan de manera individual o si hacen parte de un grupo social. Las decisiones que tomarán tienen condicionantes diferentes y se sentirán más respaldados si hay más personas seleccionando lo mismo.

De cualquier manera, con necesidades creadas artificialmente o espontáneas como ocurre en épocas de campañas electorales que llaman al voto, todas las sociedades tienen temas sensibles que moverían la participación, por ejemplo la generación de empleo.

Sobre lo anterior, los desempleados responderán de manera favorable a un candidato y acudirán a votar, si los emisores del mensaje (campaña electoral) transmiten que de su propuesta de gobierno partirá la generación de nuevos puestos de trabajo y demuestran cómo será posible ese quiebre (Grafstein, 2005).

Sin embargo, como este tipo de promesas en campaña puede ser tanto repetitivo como frustrante, el ciudadano evaluará otros elementos como tiempo que ha estado desempleado, ventajas comparativas que él mismo vea de ser ubicado laboralmente y demás.

Otros cambios en el entorno de los votantes, podrían llegar a incidir en su decisión final de voto. Nicholas Wolfinger, profesor e investigador, recopiló durante varios años una serie de datos que demuestra cómo en algunas sociedades estos cambios pueden ser significativos (Wolfinger, 2008), como lo veremos a continuación.

Eventos como la separación de la pareja sentimental, el hecho de ser casados y de llevar en ese estado determinado tiempo, son dicentes. Por ejemplo en las elecciones presidenciales de los Estados Unidos en 2000, el 65% de las personas casadas acudieron a las urnas, mientras que del total de divorciados, el porcentaje bajó a 58%

Factores como los descritos en párrafos anteriores pueden explicar algunos rasgos de comportamiento social que derivarían en la intención de participar o no en procesos electorales, que es el punto central que nos interesa indagar en este texto, sin embargo es importante descubrir las razones por las que esa ciudadanía interactuaría con agentes políticos como los partidos.

Las élites que acumulan poder tienen el camino menos expedito que hace unos años. El aumento significativo de la participación de la ciudadanía ha logrado que el poder se concentre cada vez menos en grupos con trayectoria, eso lo veremos en este trabajo al analizar la evolución de la política regional en Colombia y cómo ha pasado de grandes clanes familiares a movimientos de origen ciudadano que derrotaron en las urnas a caciques que tenían una trayectoria probada.

En América Latina también pueden verse unos parámetros que explican de manera general en la región las posibles interacciones del ciudadano con el acto de votar, pero en este tema en particular, hay factores determinados por la individualidad de cada país que necesariamente obligan a estudiar con detenimiento cada país como un caso particular (Lewis y Rato, 2013)

Está claro, y en el momento de los inicios del estudio de la sociología política también, que el entorno era condicionante para el comportamiento de las personas en materia de participación pública. Sin

embargo, las coyunturas en las que se desenvuelve cada ser necesitan reforzarse con lo individual de su sique y mirando ese particular trabajaron igualmente hacia 1960, en la Universidad Michigan.

Aquí cabe la diferencia que existe entre estratos socioeconómicos a la hora de vincularse al ejercicio político: en una ciudad como Medellín, de la que se ocupa este trabajo como una parte del marco de referencia para el análisis, los estratos bajos votan en una proporción de 40%, mientras que los estratos altos acuden a las urnas en una proporción de 70%.

Sin embargo no puede plantearse que los estratos socioeconómicos hagan parte de un todo, que no tiene diferencias, se ha encontrado que si se suman otras variables particulares a cada uno, estas cifras pueden cambiarse. Por ejemplo, el estrato bajo, con altos niveles de estudio su tendencia es a aumentar la participación.

En otro aspecto de esta misma materia que se viene desarrollando es conveniente entender que la sociedad es variable y que dependiendo de las coyunturas particulares que vive, elabora sus respuestas. No será lo mismo una colectividad sometida a la guerra o al acecho de grupos irregulares, como la colombiana, a una que lleva su atención a otro tipo de elementos.

Siempre haciendo claridad en que la elección estará determinada por preferencias individuales de ciudadanos que buscan solucionar sus propios problemas, que al final –por consenso, por moda o por acción de factores externos- terminan haciendo parte de una decisión colectiva que le apuesta a los problemas que más sobresalen (Briceño, 2013).

En este sentido cumple un papel determinante la capacidad del ser humano para asumir su propia identidad, a diferencia del resto de los animales. Claramente el hombre puede identificarse a sí mismo y reconocer sus diferencias y necesidades frente a los demás y esto hace posible su participación en comunidades.

Es más, es necesaria primero esa identidad individual para pertenecer después a un colectivo. La propia identidad es la que determina el estatus de la persona, variable que se tiene en cuenta al momento de hacer parte de una sociedad (Fromm, 1970). Y en esto cabe perfectamente la búsqueda de la que parte este trabajo, que es la de entender el comportamiento del ser humano en su entorno político.

Surge una duda respecto a la óptica con la que se mira el discurrir de las actividades políticas y la participación del ser humano en ellas: ¿la razón se usa para actuar o termina pesando el instinto?

La razón le da sustento a la orientación, es decir le permite a la persona entender las consecuencias de sus acciones. Introduce la realidad como un factor determinante a la hora de tomar posturas individuales o de grupo, aportando a los ciudadanos, seguridad y confianza en sí mismos.

En cualquier situación donde se debata la participación ciudadana, se empieza por lograr –antes que mirar en qué sentido se participará– que exista verdadera voluntad de hacerlo. Los dirigentes políticos o los partidos que los representan tienen como fin último mover la balanza hacia cada uno de ellos, pero en primera medida deberían activar la intención de involucrarse de parte de los posibles electores.

La objetividad que ofrece la capacidad de razonar, es lo que mueve a la gente a hacer parte de un movimiento, mientras que los matices emocionales que impriman los mensajes (de campaña o del gobierno) serán los que decidan hacia qué lado se moverá la ciudadanía.

Los seres humanos responden a estímulos externos, siempre y cuando se resuelvan angustias particulares, aunque hagan parte de una comunidad o de una masa, las personas buscan primero resolver lo que la jerarquía de necesidades propia les dicta y luego actúan por las ajenas.

Sin embargo, en muchos casos los movimientos sociales o políticos son exitosos porque congregan personas con la misma caracterización sociodemográfica y entregan un mensaje que le llega de manera directa

a ese grupo. Los partidos de corte obrero tienen un discurso similar en beneficio de las condiciones laborales lo que redundará en una mayor calidad de vida para las familias de los trabajadores; los partidos de corte nacionalista buscan alentar el espíritu patriótico para mover el lado emocional de las decisiones de sus adherentes.

Pero todo esto tiene éxito en la medida que el valor que promueve la campaña de movilización no sea cuestionado o su importancia en el nivel jerárquico de necesidades no baje. Podría suceder perfectamente que otros actores de estos procesos como los medios de comunicación, a través de la teoría de la *agenda setting* (McCombs, 1977), de la que se hablará en este mismo trabajo, logren imponer otros temas.

O incluso que los candidatos contrarios desvíen la atención y los temas que había promovido el partido o movimiento, y pasen a segundo plano. En este escenario, la capacidad de movilización y el esfuerzo que se había logrado quedan intactos, pero la ciudadanía desvía sus intereses y le da prioridad a otros temas.

Ahí se crearía la necesidad de promover desde el principio, previendo estas coyunturas, una serie de elementos de identidad con los posibles simpatizantes, que aunque no estén en la columna vertebral, sí hagan parte de su esquema de intereses. Tal como se planteó en páginas anteriores, es necesario expandir el marco para abarcar temas, que si bien no sean distantes del que convoca, hagan las veces de sustitutos por si en algún momento de la campaña se pierde fuerza o surge la necesidad de ir reemplazándolos.

Está muy claro que el hombre debe ser estudiado de manera diferente, tanto si se hace desde su individualidad, como si se hace desde su pertenencia a una sociedad (Freud, 1917). Eso se ha descrito en las páginas precedentes, al analizar en detalle los condicionantes que tiene y las respuestas que puede dar dependiendo de los estímulos.

Hay unos estímulos que funcionan si son aplicados a las masas y eso ha determinado que se produzcan a lo largo de la historia fenómenos sociológicos como la era industrial o los llamados booms de la

economía cuando se termina una guerra. Los estímulos cumplieron su objetivo porque había una sociedad con algunas similitudes y unas coyunturas que moldearon su comportamiento.

Eso en el terreno social, colectivo, pero ocurre lo mismo cuando hay condicionantes que se dirigen hacia la individualidad. El sistema educativo, que no hace distinciones acerca de las temáticas, debería propender por fomentar el acceso a quienes tienen más posibilidades de sobresalir.

En algunos países con recursos para motivar la construcción de esas ventajas lo anterior sí ocurre, mientras que en otros las ventajas comparativas en el campo educativo, llegan a través de la capacidad autónoma del estudiante que busca los medios para continuar avanzando.

Ese accionar sobre la sociedad para conseguir metas comunes, por ejemplo la ya citada era industrial, va ligado a una mirada utilitarista en la que se fortalecen los motivadores y se vende una recompensa comunitaria y no individual (Fromm, 1970).

En este sentido, según el autor, actúa una necesidad de “carácter social” que transmita los impulsos suficientes para movilizar. La pregunta que resulta es: ¿cómo identificar esos impulsos?

Hace falta transmitir los beneficios personales que se conseguirán de las ganancias grupales, es decir: nadie se motivará si el mensaje que se le envía está relacionado con que su trabajo producirá grandes beneficios a un colectivo. Pero sí lo hará si puede obtener una parte de esas ganancias: hará parte de un grupo si el grupo le devuelve algo.

Haciendo un símil con el capitalismo se puede decir que en nuestra sociedad el hombre tiene la libertad de definir su propio futuro, eligiendo el camino más apropiado según sus metas: lo que para unos es suficiente, para otros será apenas el inicio y ahí entran en escena los elementos necesarios para alcanzarlas.

produce un salario más elevado que permita conseguir las recompensas materiales y de reconocimiento.

En este punto, es pertinente analizar el papel que cumple el estatus social en el estilo de vida y nivel de realizaciones que tiene cada persona. En la escala de sociedad será primordial contar con reconocimiento de parte de sus similares porque le permitirá interactuar en escenarios a los que nunca hubiera podido acceder, y que pueden significar mejor calidad de vida.

La gran crítica que tiene este comportamiento y se asemeja a las que ha cosechado durante años el capitalismo es que el ser humano no tiene la libertad de desarrollarse como parte de un colectivo, sino que depende de alguna manera a lo que ese grupo le vaya marcando. Dice Fromm, sicólogo y sociólogo alemán del siglo pasado: “Nosotros no elegimos nuestros problemas, sino que nos vemos empujados, obligados. ¿Qué es lo que nos empuja? Un sistema que no tiene ninguna finalidad ni meta fuera de sí mismo y que convierte al hombre en un apéndice suyo”.

Pero, pese a las críticas que ha recibido el sistema, la comparación con la posible movilización social tiene asidero en tanto que el capitalismo promueve la ganancia como finalidad de la actividad. De otro lado, la participación en grupos sociales se concretará, como ya se ha planteado, siempre y cuando los sujetos vean cerca un beneficio.

Incluso cabe la reacción frente a la desconfianza que hay hacia los partidos y movimientos políticos y la duda de si la ciudadanía se motivaría a participar en algo de lo que desconfían. La respuesta es realista: no hay más opción que confiar porque el poder político cubre tantos aspectos de la vida diaria de las personas, que aún con la desconfianza no encuentran otro camino a involucrarse (Puerta y otros, 2006). Cada vez en menor medida, pero aun en países donde no hay estímulos a la participación se mantienen niveles por encima de la mitad del censo de posibles electores.

Sin embargo, este tipo de participación ‘obligada’ deja fracturas en la sociedad, que si bien seguirá involucrada en procesos de esta

naturaleza resiente de participar de manera activa como parte de la clase dirigente y se limitará al voto, bien sea de una nueva esperanza que logre venderse en una elección determinada o al voto castigo, apoyando a cualquier candidato que vaya en contra del que traicionó su confianza.

La desconfianza al sistema trae consigo la pérdida del principio de solidaridad, cada vez los ciudadanos se vuelven más personalistas e individuales. La sociedad se va convirtiendo en un grupo heterogéneo, al que se divide en partes menores para poder diseccionar y llegarle de manera más expedita.

Los sistemas modernos de investigación han permitido perfilar grupos sociales con tal detalle que los emisores del mensaje ya no utilizan uno solo sino que construyen cuantos haga falta para impactar de manera certera los nichos de ciudadanos que luego serán nichos de mercado.

Existen lenguajes individualizados, ya que se ha desarrollado una construcción de micro sociedades a las que se interpreta a través de sondeos y análisis del funcionamiento de su actividad cognitiva (Pérez, 2011), para motivarlos a defender posturas políticas e involucrarlos en movilizaciones que en teoría respaldan una causa común, pero en el fondo buscan utilizar el poder particular de cada voto.

En este sentido, aunque ahora la participación podría parecer más masiva por la amplificación de los grandes medios de comunicación y las redes sociales, se hace al contrario uno a uno. Las técnicas actuales de campañas electorales han vuelto a la conquista del voto casa por casa, debido al factor impersonal que cargan algunos medios.

Dentro de los condicionantes cada vez más particularizados en la relación del Estado y sus actores con los ciudadanos, observamos en primera medida a edad y a género, como ejemplificó una investigación luego de las elecciones de 2008 en los Estados Unidos: la variable que más peso tuvo entre las jóvenes de 18 a 29 años que votaron en las primarias por la entonces senadora Hillary Clinton, fue el género.

Así mismo ocurrió con las votantes republicanas que seleccionaron en el mismo estudio la proyección que veían de ellas mismas al imaginarse a Sarah Palin en un cargo tan “importante”, como su mayor motivador (Lind, 2009).

No obstante tener presente estos conceptos, hay una variable que debe tenerse en cuenta y que se mencionó de manera enunciativa en páginas anteriores: nuestro comportamiento desde la sociología tiene que ver con el comportamiento de otras personas de nuestro grupo social.

Hay razones claras de por qué en medio de un colectivo, las personas actúan con mayor determinación que si estuvieran solas. Un factor determinante en este compendio de motivos que se explicarán en este apartado, es la sensación de respaldo que produce ver en otras personas lo mismo que nosotros pensamos (Freud, 2008), y eso mueve la acción.

Es necesario que ese grupo tenga detonantes a la hora de llevarlo a actuar de determinada forma, uno de ellos era lo que LeBon llama ‘alma común’, estado al que le atribuía una condición de liderazgo, no en cabeza de un miembro específico del grupo, sino una sensación compartida (LeBon, 2000).

Hay que hacer énfasis en lo que también plantea este autor en decir, que además de ser compartida era aceptada: condición necesaria para que las personas se movilizan a desarrollar una tarea (emitir un voto).

Esa movilización va a mantenerse con fuerza, mientras los miembros del grupo estén compartiendo, sea de manera física, como ocurre en procesos que envuelven actividades proselitistas en terreno; o de manera virtual, como se ve en movilizaciones convocadas a través de las redes sociales.

La pertenencia a los colectivos deja escenarios positivos, en tanto que la participación aumenta cuando hay identidad por ejemplo con los partidos. De ahí se desprende el uso y promoción del voto duro en estas colectividades.

Sin embargo esta aceptación del grupo hace que de alguna manera se entregue parte de la voluntad particular de la persona y se le dé más espacio a la voluntad de la masa y se actúe de una manera diferente a como se haría en otras circunstancias (Paniagua y Fernández, 2007). La razón, según los autores, radica en que dentro de la masa se busca una recompensa y el ser humano se acomoda para obtenerla.

Esto lleva a la falta de crítica, tanto hacia la colectividad como hacia la misma persona y el poco (o nulo) cuestionamiento de las actitudes de quien lidera. El 'qué' pasa a segundo plano y prima en este tipo de relación el 'para quién', los motivadores se dejan de lado por las acciones y se llega a un estado en el que un personaje simboliza un anhelo de cada individuo del grupo y llenar ese anhelo en cabeza del dirigente es satisfacerlo para sí mismo.

Tanto dentro de la masa como en espacios individuales, se deben delinear los pasos que se darán para llegar a la acción: primero se crea actitudes y como consecuencia de ellas se llega a la conducta.

La tarea entonces, es darle fuerza a las actitudes, como estado previo a la acción, porque de esa manera se entenderá con mayor precisión la conducta que se podría tener. Sin embargo, los estudios dicen que hay algunas actitudes que crean mayor espacio para que se concreten las conductas. En este orden de ideas, tienen mayor peso las actitudes negativas que las positivas para movilizar a la gente (Bizer y Petty, 2005).

Esto hace parte de la apuesta que hay desde la política frente a la respuesta de la ciudadanía acerca de algunos aspectos de la vida diaria del Estado. Según esta teoría que plantean los autores, los políticos tienen mayores posibilidades de capturar la voluntad de sus electores, si sienten que su movilización serviría para rechazar algo en particular, mucho más que si ésta misma serviría para promoverlo.

Aplica también en el campo moral, en el que se han establecido unos parámetros sociales sobre lo que está bien y lo que está mal donde los estudiosos de la sociología han limitado las variables de participación (no sólo en lo político) a éstos.

Es decir, el rechazo a los temas que socialmente se han establecido como equivocados, ha supuesto el llamado a la movilización de los militantes de no pocos partidos políticos o seguidores de personalidades en el mundo, esperando que haya algún tipo de acción que impulse posturas de gobiernos.

Sin embargo, hay temas que no entran en el campo de lo moral, que cuando se contrastan con posiciones morales como el aborto, tienen notoriamente mayor incidencia en cuanto a la intención de votar; por ejemplo la economía cotidiana de una familia o persona (Skitka y Bauman, 2008).

Podría verse como que aunque los temas morales sí atañen a un nicho importante de la población, es necesario entender la escala de grises que lo componen y dentro de eso, cómo incorpora cada uno este tipo de situaciones sensibles a su sique interna.

Todo parte de los detonantes, es decir, los estímulos que se tengan para actuar y éstos van a ir ligados a lo que cada uno asuma dentro de sus creencias. Tener claridad a la hora de saber cuáles son los valores morales, éticos y demás que le dan sentido a las acciones, lleva a que se asuma una actitud más fuerte que movería a la acción.

Las creencias particulares van a estar dictadas por experiencias que hayan sido vividas por el individuo o estén en la carga de la historia familiar que se interioriza por repetición. Hay que tener en cuenta que ese tipo de experiencias tienen un arraigo determinante en la percepción que se tenga de las cosas sobre todo en la edad infantil, que es donde se forman los conceptos y se está expuesto a una serie de elementos que guían la educación (Madestam y Yanagizawa-Drott, 2011).

De ahí que la fortaleza de la creencia -que posteriormente- definirá el ser más proclive o no a actuar, es lo que va a garantizar que ésta defina un comportamiento (Jervis, 2006). Los cambios que se den en este tipo de fundamentos tienen que ver con que las bases de los mismos varíen, y según la psicología evolutiva la raíz de las percepciones sólo podría modificarse con condicionantes de impacto, de choque.

Por ejemplo, está arraigado en la sociedad (y esta no es una percepción sólo de personas machistas), que la mujer merece mayor protección que los hombres. Desde niños se nos ha dicho que se les deben ceder los puestos en los autobuses, que hay filas especiales para ellas cuando están en embarazo y demás.

La percepción que hay creada en la sociedad está guiada hacia la guardar los derechos de las mujeres, incluso sobre los de los hombres; lo contrario sería vulnerar una creencia que se ha arraigado. Por eso en medio de una campaña electoral las mujeres adquieren un papel diferente y las candidatas son vistas con ojos diferentes por parte del electorado.

La sociología política explica en este caso por qué los electores castigan a un candidato hombre que ataque a una candidata mujer mientras ven normal que entre hombres lo hagan (Fridkin y otros, 2008). Si la candidata se mantiene en esa creencia que tienen los ciudadanos y no entra en el juego de la agresividad, la actitud de quien asiste como espectador en una campaña electoral, será favorable hacia ella. Si, por el contrario, la mujer se iguala en ataques, ese sobresalto habrá logrado que los electores sientan un impacto, una acción de choque que desdibujará la creencia que se tenía.

Muchos estudiosos de la sociología política han encontrado la diferencia (que es necesario hacer) entre hombres y mujeres a la hora de entender el ejercicio de lo público. No es una condición excluyente decir que de manera histórica los hombres han participado más que las mujeres y que esa tendencia se explica porque han entrado desde hace varios años de manera consistente al sistema educativo y han tenido acceso al mercado laboral.

Otros argumentan que la mayor participación en segmentos sociales donde se analizaba la política y se podía acceder a información de primera mano (Dow, 2009) han logrado que exista en América Latina un mayor interés de los hombres hacia los temas públicos, que de las mujeres.

Sin embargo estas teorías, válidas en su momento, han encontrado su punto de quiebre en la cada vez mayor participación de estudiantes femeninas en carreras universitarias y en lo equiparado que se torna el mercado laboral.

Esta diferenciación que se hace de los segmentos de la población es necesaria en tanto se pretenda perfilar las sociedades para explicar su conducta en temas como el político, que ocupa la atención en este trabajo, como en los demás asuntos sociales para intervenir desde el Estado en la solución de las necesidades más apremiantes.

De otro lado, en el análisis de la participación desde la psicología, uno de los elementos más importantes a tener en cuenta es el proceso de cognición, por medio del cual los seres humanos interpretan la información que llega desde los transmisores de los mensajes y la codifica para tomar decisiones.

No es sólo, entonces, la información que llega por alguno de los canales dispuestos para ese fin, sino las coyunturas que rodean ese mensaje lo que hacen que incida en el comportamiento en general.

El proceso de aprendizaje está marcado por una gran cantidad de determinantes que estimulan primero el deseo de aprender y segundo sobre los temas que se quiere aprender. Sin embargo, la efectividad del proceso va a ser mayor en tanto haya una relación de confianza con los emisores del mensaje (Axelrod, 1973).

Adicional a esto, el receptor del mensaje clasifica de manera automática la ganancia que pueda sacar del mismo, por ejemplo: algún tipo de retribución, información, etc. Esa clasificación lleva a que el mensaje sea útil en el momento de que el ciudadano tenga que decidirse por las campañas electorales que lo abordan.

Siempre será necesaria una recompensa para que se produzca el voto, al final los electores decidirán su apoyo al candidato que más les ofrezca de acuerdo a sus necesidades individuales. Algunos acudirán a la carga de recuerdos positivos o negativos acumulados durante muchos

años, otros apelarán a la fuerza emocional de los argumentos de las campañas (Pérez, 2011).

Lo más importante de esto es que exista una relación creada (o se cree en la campaña electoral) entre el acto del voto y la recompensa, es decir: que el ciudadano tenga claro que al votar incide directamente en que el candidato que puede darle solución a su problema, acceda al cargo de dirección donde podrá hacerlo. Posteriormente vendrá un proceso de *accountability* por parte de los dirigentes y de interés de parte de los ciudadanos en el que se podrán confrontar las promesas con las recompensas que se hayan recibido.

En el estudio de todo proceso social hay un elemento que facilita su comprensión y permite proyectar los siguientes pasos que adoptarán los miembros del mismo. Los investigadores han llamado marcos (*frames* en inglés) a los lineamientos en los que se encierran y dentro de los cuales se particulariza la razón de ser del movimiento social, partido político o campaña electoral.

Los marcos organizan el pensamiento de los ciudadanos que se ajustan a determinadas normas de acción y brindan apoyo para que el proceso continúe aún sin liderazgo claro. Uno de los problemas que se generan en medio de las campañas electorales tiene que ver con la ausencia del candidato y el reclamo que hace la ciudadanía de él.

En las campañas no profesionales hay poca capacidad de respuesta directa frente a esa situación particular y al no estar presente el candidato se genera un desánimo entre los partidarios que hace bastante daño.

En este sentido, los marcos entran a llenar un vacío coyuntural en el que se le puede dar respuesta a la gente, cuando necesita cohesión. Esa motivación que se encuentra en los temas propios de las campañas diluye el riesgo de abandono de la causa¹³.

¹³ En 2002, por las condiciones de inseguridad de Colombia, era impensable que el entonces candidato Álvaro Uribe Vélez pudiera desplazarse a todos

Los marcos son emocionales en tanto logran relacionar a la población con temas de coyuntura que tienen incidencia directa sobre ellos. Más aún cuando esos marcos se pueden hacer visibles, tangibles, y ahí entra la complementariedad del mensaje, tanto en los temas políticos per sé, como en los de comunicación, publicidad y demás.

En un apartado posterior se verá la incidencia de los medios de comunicación en la toma de decisiones y la influencia que pueden tener a la hora de motivar comportamientos de la ciudadanía. Sin embargo, es procedente adelantarse al decir que los medios tienen la capacidad de darle fuerza a los marcos de referencia al personalizar los temas que podrían parecer abstractos y darles forma a través de noticias con hechos concretos (Gamson, 1995).

Sin embargo los medios de información al tener una visión neutral (en teoría) sobre los acontecimientos coyunturales no contribuyen a darle un significado claro a las noticias, tal como necesitaría un determinado partido. Es por esto que muchas agrupaciones de carácter político buscan adquirir participación en medios de comunicación para darle un cariz interpretativo a las noticias.

La importancia de los medios de comunicación en esta agenda social está determinada por la visibilidad que pueden llegar a tener las acciones emprendidas desde los movimientos que buscan la movilización social y de alguna manera logran agrandar la influencia que tienen, bien sea sumando adeptos que llegan porque se cree que los medios apoyan determinadas causas, o con el efecto contrario: logrando que los que alientan las movilizaciones desistan por la poca cobertura social de la misma.

Lo que logran los medios de comunicación, además de situar los temas en la agenda (teoría de la *agenda setting*), es ampliar el espacio

los rincones del país, que lo requerían, pero la presencia suya a través de un manifiesto de cien puntos de los que la campaña resaltaba los dos primeros: seguridad y lucha contra la corrupción, logró que el mensaje permaneciera aún ante la ausencia física del candidato.

de las experiencias personales de cada uno de los miembros de las campañas electorales (en este caso) y convertirlas en vivencias del equipo completo. Al verse reflejados en lo que hacen otras personas pertenecientes al mismo grupo, los ciudadanos se sienten parte activa de los mismos (LeBon, 2000).

En Colombia no se ha estudiado con la profundidad necesaria para tener explicaciones definitivas, las variables que podrían determinar la participación y la abstención; sin embargo en términos de cultura política podría decirse que la educación y la información son factores que explicarían la intención de votar.

Lo anterior se pretende comprobar en capítulos posteriores, destacando que la información política y la educación llevan a tener claridad sobre ideologías y lo que representa cada uno de los partidos que están en disputa. Es decir, mientras haya una identidad de la ciudadanía con los partidos, mientras se sientan parte de los mismos, podría existir mayor propensión al voto; y en caso contrario, más propensión a la abstención.

2.3. Factores políticos

Junto con los factores del entorno, a los que están expuestos todos los ciudadanos, es importante analizar la influencia que pueden tener otros ligados a la relación política que se tenga a través de los partidos o de la información que se presente en medio de temporadas donde se programan concurrencias a las urnas. Para estos efectos, se analiza en este apartado el estudio que se ha hecho de las variables relacionadas con el interés hacia la política, demostrado a partir de la atención prestada a la información y la confianza con las fuentes que la entregan.

En este orden de ideas, habría que entrar a analizar variables presentes en entornos donde hay información y los ciudadanos se enteran, bien sea a través de los medios o de las propias campañas sobre las temáticas que plantean los candidatos y los partidos políticos, vinculadas al interés previo de cada ciudadano por cosas cotidianas.

Muchos de los factores que nos llevan a profesar una ideología, vienen dados desde la moral y la educación que se nos da en la casa, a eso se refería Freud (2008) cuando en sus escritos sobre psicología de las masas presenta algunas condiciones para entender por qué nos comportamos de manera diferente si pertenecemos a un grupo.

La sociedad determina patrones de comportamiento que se van interiorizando por parte de los ciudadanos, matizados por cómo debe ser la conducta si se es hombre o mujer; además, si se está pasando por alguna época específica de la vida. Esos patrones, entre otros, determinan la ideología para seguir grupos políticos, sociales o religiosos, por eso hay, por ejemplo, matices en el grado de religiosidad a diferentes edades.

Volviendo a lo tratado en un apartado anterior, pero ahora con un enfoque de grupo, hay que decir que la relación que existe entre cuatro elementos básicos (cultura, grupo, personalidad y persona) crea las actitudes de los ciudadanos (Lasswell, 1951); y estas actitudes entran en un proceso de complementariedad con su entorno que explica la decisión política del voto.

Sin embargo hay otro diferenciador que demostraría que grupos sociales más o menos iguales, tienen contrastes a la hora de comportarse en esta materia, y ese elemento diferenciador es la información.

Hay que tener en cuenta el nivel de especialización de los grupos sociales en materia política, porque no se pretende que todos los colectivos tengan el mismo interés ni la misma posibilidad de acceder a fuentes primarias de información. Los partidos políticos cumplen un papel determinante en tanto identifiquen qué tipo de mensaje necesita su electorado para motivarlos a ir a las urnas. Esto último confirma que toda participación política está referida a una acción que tiene algún grado de influencia.

La información, si bien, debe contener elementos básicos del funcionamiento del sistema político, no debe ser tan especializada que aleje a los ciudadanos, ya que el nivel de complejidad no los induce

al voto. Incluso, la información no llega de la misma manera a todos los posibles electores: hay un grupo que tiene mayor acceso a los medios de análisis y esto influye en su conocimiento y a la vez en la decisión de votar.

El mecanismo de comunicación de noticias políticas tiene un componente de desigualdad dependiendo de los sectores sociales (Fraile, 2007), lo que hace que la experiencia de relacionar la información con el entorno cercano, el que puede influir, es diferente y marcadamente negativa para la mayoría de la sociedad que consume otro tipo de medios.

El estudio de Fraile (2007) concluye que si hay conocimiento sobre la política se aumenta la intención de voto, cuando medie la asociación con el partido al que se pertenece o a alguno que quiera castigarse. Es decir: si esa información induce al premio o al castigo, el ciudadano vota.

Sobre este aspecto, en el que se hace necesario publicitar las acciones políticas para conseguir asociación entre ciudadano y candidato (o partido), entra en juego la posición de quien busca una elección favorable, es decir: los partidos o los candidatos, que van a incluir en su proceso de convencimiento la visibilidad. La publicidad se convierte, entonces, en un condicionante del poder (Tobeña, 2008).

Esto nos lleva a regresar a consideraciones anteriores en las que la pertenencia a un grupo social define la participación en eventos políticos. La publicidad de los elementos que constituyen la identidad del colectivo, logra incrementar los aportes del individuo al grupo. Esto es, que aunque está claro –como se dijo en un apartado anterior– que dentro de los colectivos se toman decisiones pensando en el bien común, al final se van a tomar pensando en un beneficio personal (Schik, 1999).

Priman las posiciones individuales. Lo acertado de quien establezca canales de comunicación, bien sea a través de los medios o de las campañas electorales; es hacer notar los beneficios grupales, como si fueran particulares. En la generalidad, esas decisiones se ajustarán

a lo que socialmente sea aceptado en el grupo, pero existe otro tipo de actitudes que responden a percepciones disímiles acerca de las necesidades del grupo.

Cada individuo percibe lo que serían necesidades colectivas de manera diferente y sólo se reflejan sus propias carencias. A este modelo se le conoce como *Sociabilidad Simple*, en el que básicamente la persona al creer que con sus acciones soluciona intereses comunes, en realidad está trabajando en sus propias necesidades.

Al contrario, la satisfacción de las necesidades de la colectividad y el hecho de que sus miembros tomen decisiones que al final las resolverán, se le conoce como *Sociabilidad Compuesta*. En ambos casos, la toma de decisiones va a requerir de mayores elementos (Kahneman y Tversky, 2000) y más importante: de la atención que el posible elector esté prestando a esas informaciones que le llegan.

En un espacio como una campaña electoral, donde las noticias sobre política están llegando desde múltiples frentes, la pregunta que deben hacerse los emisores de esos mensajes, es qué posibilidad real tendrán los ciudadanos de procesar los detonantes de la decisión (Merill y Grofman, 1999).

Sin embargo, como se ha planteado en este libro, son múltiples los factores que definen el comportamiento del ciudadano elector y uno de los más tratados, no sólo aquí sino en la literatura son los canales de comunicación. Se sabe que no todos los grupos sociales cuentan con los mismos canales y eso hace que algunos tengan mayores niveles de participación ciudadana, en tanto que al conocerse más sobre un tema se entiende mejor y esto hace que motive la acción sobre él.

Sobre este particular, la teoría de la *Disonancia Cognitiva* ha dicho que las personas basan sus creencias y su comportamiento en los medios que les son propios, es decir los que tienen al alcance. Circunscribirse sólo a los condicionantes cercanos es una especie de bloqueo a posibles comportamientos de los que no se tiene soporte, ni sustento (Elster, 1995).

No obstante cada individuo puede ir creciendo en la escala social, debido a su mayor nivel de estudios, trabajo, pertenencia a organizaciones y esto haría que avanzara hasta llegar a la autorrealización, además de que moldea su comportamiento. Habría que solucionar primero, sin embargo, las necesidades de las escalas más bajas, para insertarse en un nivel donde existe otro tipo de recompensas, pero a la vez hay otras retribuciones (Maslow, 1964).

Todo esto dentro del terreno de lo personal, visto desde la sociología del ser humano, antes que entrar en particularidades como la política. Pero hay autores (Schick, 1999) que argumentan que los niveles de necesidades pueden ser alterados de manera artificial por gobiernos autoritarios y que en ese tipo de sociedades, la cadena de satisfacción planteada desde el estudio de lo social no refleja espontaneidad, que es un elemento particularmente notable en este aspecto.

El estudio de los actores debe servir para perfilar a quiénes podrían hacer parte de colectivos para interactuar de alguna manera con ellos, en el entendido de que la sociología cumple su papel de humanizar un concepto intangible y encontrar una relación entre quienes hacen la política y la sociedad.

Sin embargo hay tres detonantes a la hora de buscar participación de la ciudadanía desde la aplicación de los elementos que da la sociología (Horowitz, 1972), el primero tiene que ver con los puentes que se deben construir entre los que hacen ciencia política partiendo de la sociología y quienes hacen política en sí misma.

Uno que se asoma en este particular es la intención de los politólogos de cruzarse con los actores políticos y se trae a colación en este trabajo porque se puede caer en los dos extremos; uno, la dependencia de los estudiosos al sistema y otro, la lejanía total.

En ambos casos, la sociología política tiene una falencia en cuanto a la poca regulación de sus labores, y al poco entendimiento que tienen los actores políticos de ésta. No hay claridad del alcance que pueden tener estos procesos de estudio y eso afecta claramente la confianza

que se tenga por parte de quienes ejecutan las políticas públicas que resultarían de este tipo de trabajos (Greenfield, 1965).

Existe entonces un desequilibrio de poder entre quien investiga las variables que llevarían a sacar conclusiones y generar elementos para promover la participación de la ciudadanía, y quienes deben aplicar esas recomendaciones.

El segundo tiene que ver con la relación de la academia con la política en el proceso de buscar fuentes universitarias para desarrollar el trabajo político porque se cruzan algunos elementos como la intangibilidad del trabajo académico con el pragmatismo de los políticos, además de que las universidades -al menos visiblemente-, no tienen color partidista y eso dificulta las redes de confianza que sí se crean entre dirigentes y militantes.

El tercer detonante está relacionado con la investigación sociológica sobre temas políticos desarrollada desde instituciones de carácter privado no académico. Existe una desconfianza hacia estas entidades porque son concebidas como empresas que producen conocimiento cuando existe un tercero que financia sus trabajos.

En muchos casos son los gobiernos, o el sector público en general los que aportan recursos y esto ha generado que se tenga que intervenir, incluso, con vigilancia a los procesos por los que se llega a resultados de investigaciones (Bremner, 1960).

De otro lado, estas instituciones llegan a un estado en el que se olvidan de la necesidad de buscar financiación para sobrevivir; y los dirigentes políticos, que se han beneficiado de los resultados de sus productos, no han demostrado interés en encontrar soluciones a este inconveniente que ha llevado al cierre a muchas de ellas (Horowitz, 1972).

Es notable la incompatibilidad de estas fundaciones con desarrollar trabajos de sociología de manera libre, por su cada vez más clara vinculación, bien sea a gobiernos o a partidos políticos; lo que ha redundado en que se pierda credibilidad en los resultados.

En últimas lo que se busca con este tipo de recursos es ampliar la base de investigación para darle a los partidos, que son el puente entre la ciencia política y la ciudadanía, mayores herramientas para impactar de manera positiva una sociedad.

Pero en lo anterior tiene que existir claridad sobre para qué se busca impactar al colectivo, entendiendo que sí es deber de los investigadores sociales encontrar el elemento que vincule sociedad con poder, y que esa sociedad reconozca a los líderes que tienen el poder.

El pragmatismo en la forma de concebir el poder, de parte de los que lo ostentan es una manera de acercar la ciudadanía a la participación (Dahl, 1961), porque las decisiones públicas se hacen sobre lo que ocurre en la cotidianidad, no sobre teorías políticas.

Eso puede llevar (y en efecto lo hace) a que el poder de un estado se fragmente y se creen alternativas a escala más reducida. Es decir: los intereses locales logran que se elijan gobernantes que respondan a esas coyunturas, esto sin duda crea un efecto de mayor democracia, porque responde a la particularización de la concepción de lo público que tengan las regiones.

Pero esta concepción implica necesariamente que deba cederse poder de parte de la ciudadanía y que los dirigentes políticos acepten que hay un intercambio en el que el producto que ellos ofrecen en sus campañas o en el ejercicio de sus gobiernos, debe ser lo suficientemente atractivo como para que los mantengan en los cargos.

La política representativa ha logrado aumentar participación de la ciudadanía, pero también la visibilidad del accionar de los dirigentes. Esos mecanismos de participación, como la revocatoria del mandato y la reelección están consagrados en textos constitucionales, para darle una garantía a la gente de que conservan su cuota de poder.

Y en la era moderna, las redes sociales han potenciado ese poder de la ciudadanía, en tanto que cualquier ciudadano tiene las herramientas para iniciar un movimiento de premio o castigo a un gobernante o

candidato. La movilización social multiplicó su alcance y ahora hace parte de las campañas electorales y no se concibe la solicitud del voto, sin la injerencia de los nuevos medios.

En ese mismo orden de ideas, buscando asociación de ciudadanos y colectividades, las ideologías políticas cumplen la función de mostrar las diferencias entre partidos y conseguir adeptos que se identifiquen con ellas.

Los ideales no responden a percepciones sino a causas concretas que movilizan masas y crean marcos amplios por los que, primero se capta la atención y segundo, se lleva a participar a un grupo determinados de ciudadano (Klandermans, 1984).

La participación estará determinada por la interacción que se tenga con otras personas involucradas en el proceso, que dirán sobre el grado de compromiso, involucramiento y permanencia, elementos que medirán lo fuerte que sea el movimiento social alrededor del partido o del líder político.

Además de la interacción con los otros integrantes (militantes, adherentes o simpatizantes) de los partidos o movimientos, es necesario tener en cuenta a “objetos relevantes” que podrían modificar los patrones de conducta (Blumer, 1969). Esto se refiere a los diferentes actores que hacen parte del proceso, como medios de comunicación, personajes legitimadores o detractores o coyunturas negativas o positivas que movilizarían al ciudadano a seguir o ir contra de determinada visión política.

Los movimientos son vistos como transmisores del mensaje y portadores de la fuerza necesaria para que ese mensaje sea socialmente visto y tenga efectos en los nichos de población a los que se les quiere llegar.

Sin embargo los elementos descritos, de los que habla el autor, no tienen una única interpretación, sino que van a tener la característica de responder a múltiples definiciones de parte de los miembros del partido o movimiento de masas. Esto dependerá de variables que responden a lo que se planteó en páginas anteriores, que tienen que

ver con identidades sociodemográficas y otros elementos como nivel de educación, estado civil, nivel religioso y demás.

La sociología ha definido este tipo de interpretaciones como *framing*, o marcos conceptuales —de los que ya se habló—, para lograr estandarizar las ideas y no dejarlas al vaivén de las acepciones personales que cada miembro del movimiento quiera darles. Se entiende claramente qué significa ser liberal o conservador en el sentido político del término, pero también se acepta que hay matices dentro de esos conceptos y sobre ellos es que se logran mayores movilizaciones.

Hay combinaciones de marcos que hacen el propósito de alineamiento más efectivo que si sólo se dejara a la sociedad uno solo de ellos, estas combinaciones fueron trabajadas a través de articulaciones buscadas para la movilización de ciudadanos (Snow y otros, 1986). Los autores definieron cuatro procesos, que pueden verse en el cuadro 3.

Cuadro 3. *Framing* que describe la movilización ciudadana

MARCOS	DESCRIPCIÓN
Puente entre marcos	Descubrir qué tema puede llegar a conectar algunos marcos y presentarlos de manera congruente, además de unida. Muchos de los marcos que se presentan en procesos ideológicos, están desarticulados aunque puedan tener elementos en común. Al presentarlos juntos, se optimiza la capacidad de comprensión que pueda tener la ciudadanía sobre determinado tema.
Amplificación de marcos	Clarificar los marcos hasta el detalle que sea entendido por los nichos destino. Cuando esto ocurre, la información fluye de manera más expedita dentro del partido o movimiento y se logra darle más peso al estímulo que llevaría a la participación.
Extensión de marcos	Darle peso a elementos dentro del marco, que a simple vista no lo tendría o no parece tan importante. Así se logra impactar un sector de la ciudadanía que muestra alguna afinidad con el aspecto general de la ideología o del tema tratado, pero que no comparte la totalidad.
Transformación de marcos	Brindar significados nuevos a los elementos que antes parecían asumidos ya dentro del marco y no aportaban intereses, para presentarlos de manera distinta a los mismos grupos objetivos. Siempre resulta beneficioso mostrar alternativas a lo que ya se conoce y eso da nueva fuerza a la participación.

Fuente: Basado en Snow y otros, 1986

Los niveles de participación van a depender de lo sólido que se logre establecer el concepto que pretenda llevar a la movilización. Las personas pueden confluír en una misma idea, pero si dentro del movimiento en el que se sienten representados no existe la fortaleza necesaria para proyectar confianza será poco probable que participen (Klandermans, 1984).

Para lograr que la motivación se traduzca en acción se requiere un plan que tenga una estructura basada en la fortaleza temática que capte la atención del ciudadano y que sea lo suficientemente fuerte como para permanecer en el tiempo, hasta el momento que se requiera la participación.

Lo anterior aplica en mayor medida a las campañas electorales, en las que hay que conquistar el voto y sostenerlo hasta los comicios. La dispersión de la ciudadanía frente a lo público hace que en ocasiones un partido o candidato logre atraer la atención del electorado, pero carezca de fuerza para mantener el pico de participación alto hasta la jornada decisiva y en ese momento entren en escena otros elementos que o bien harían desistir del apoyo al candidato o no tengan la suficiente automotivación para acudir a las urnas y se produzca abstencionismo.

Aumentar la participación implica un escenario de planeación y de acción que identifique motivantes y posteriormente los vincule con alguno de los actores políticos para permitirle al ciudadano verse representado en ellos (Wilson, 1973).

Con respecto al diagnóstico inicial, se hace indispensable contrastar las causas que generan el problema que motivará la movilización, identificar los factores que llevan a padecer el problema y determinar los culpables de que haya evolucionado hasta esa magnitud. En esto se hace muy importante particularizar bien sea en una persona o en una entidad la raíz del problema, porque sólo de esta manera podrá contrastarse la solución, una vez se tenga.

Al final el problema que inicialmente se había identificado va a ser sólo una consecuencia, una suma de variables que podrían atacarse

de manera individual, logrando mayor convocatoria para temas particulares que una gran movilización para el problema visible.

Sin embargo, este ítem tiene problemas en tanto que pueden presentarse confusiones a la hora de buscar la movilización, porque como se planteó en páginas anteriores al no entenderse realmente las causas, bien sea porque son confusas o porque se desvían en varias posibles.

Dependerá mucho, igualmente, en cómo se ejerza ese llamado a la acción; porque no podrán utilizarse los mismos medios para nichos de población diferentes y el resultado podría ser variable dependiendo de los motivadores que necesite cada nicho. Lo importante es que el emisor del mensaje, el movimiento que busca el llamado a participar, tenga claridad sobre los niveles de intervención para motivar.

Ni los partidos, ni los líderes, ni los movimientos sociales le hablan a una masa con el mismo nivel ni educación sobre temas políticos (Gramsci, 1971); por eso va a ser determinante elaborar modelos de entrega de mensaje ajustados al grado de atención de una parte y de posible participación de otra.

En este sentido, es necesario contar con los antecedentes educativos y de participación ciudadana que tenga el grupo particular al que le va a hablar el movimiento o el partido. No existirá una misma fuerza de movilización, ni mediará la individualidad de cada miembro para formar una masa sólida que responda igual.

La ideología predominante en cada persona y la carga de experiencias acumuladas durante años será el motor que lleve a la acción y –lo más importante– que la sostenga durante el tiempo necesario para que tenga efecto.

En este mismo sentido es de carácter prioritario, incluso antes de saber que existen ideologías en las que se asientan las personas, comprender en qué creen. Las creencias, que hacen parte del esquema cultural con el que crecen los seres humanos, determinan el grado de adhesión a movimientos sociales.

Siempre hay un elemento dentro de las creencias que es el que define la fortaleza de todo el sistema y lo vulnerable que es a factores nuevos o externos. Es decir: qué tanto nos dejaremos influenciar de los mensajes que se envíen en una campaña electoral o desde un gobierno; y qué tanto peso tendrán esos nuevos motivadores para llevarnos a participar.

Este sistema donde predomina un solo elemento que cohesiona, seguirá fuerte mientras ese elemento tenga asidero, por ejemplo una teoría de la ciencia que le entrega sustento a quien tiene esa creencia para defenderla (Borhek y Curtis, 1975).

De otro lado también existe un nivel de creencias sustentado en varios elementos, que tienen una interrelación pero no responden a una misma columna vertebral. Los autores citados lo comparan con las religiones politeístas, que entregaban a cada dios una parte del sustento necesario para vivir: comida, protección, amor...

Hacia ese conocimiento debe apuntar cada partido o movimiento para conseguir la participación ciudadana: mientras mayor congruencia exista entre lo que promueve la campaña para movilizar ciudadanos, con los valores y creencias particulares de las personas, mayor nivel de compromiso habrá para vincularse.

Los temas que busca agitar una campaña electoral o un movimiento social para llevar a la acción a la ciudadanía, deben ser compatibles con las primeras posiciones en la escala de necesidades de la que habló Abraham Maslow por primera vez en 1943.

De otro lado, la tendencia ideológica también tiene determinantes adicionales a la hora de participar: quienes siguen posturas liberales, tienen una inclinación a cambiar su intención de participar en eventos electorales, que quienes siguen posturas conservadoras (Jost, 2009).

Probablemente sin tener claridad sobre qué tipo de lugar en el espectro político representan, pero sí conociendo su lugar en el colectivo del que hacen parte, las ideologías se trasladan a candidatos o dirigentes

que las personifican y la ciudadanía sigue unos patrones de conducta reflejados en esos individuos y posa en ellos sus aspiraciones políticas y el ideal de su vinculación con lo público.

2.4. Otros factores

Además de los factores sociológicos y políticos, la literatura ha mostrado otros que podrían complementar la explicación de la participación o la abstención. En este apartado se profundizará en algunos de ellos, demostrando cuál es su conexión con el comportamiento electoral del votante.

2.4.1. Movilización

Habría que partir desde dos puntos de construcción diferentes a la hora de estudiar la movilización popular a favor de una idea o de un partido o personaje público: el primero es el que reúne a la ciudadanía de acuerdo a sus intereses particulares, el tema; y el segundo, el que se encargaría de canalizar la acción, el movimiento (campaña, gobierno o grupo social).

En ambos casos es necesario identificar qué nichos de ciudadanos tienen intereses comunes y se movilizarían por ellos, porque aunque la ciudadanía sería la beneficiaria de los resultados de este tipo de acciones (voto), no todos sus miembros están dispuestos a involucrarse en partidos políticos, ni en el desarrollo de la democracia participativa y lo que eso implica: conocer las propuestas, salir a votar y pedir cuentas a sus dirigentes.

En este sentido, se incluyen los ciudadanos que tendrían motivación para participar, derivada de las propuestas de los partidos o candidatos, así como el nicho que participa movido por la fuerza del voto castigo. Es decir, personas que no tienen claro por qué respaldan a un candidato y lo hacen sólo porque es el candidato contrario al que rechazan.

Las identidades que se puede crear para encontrar elementos de cohesión y así fomentar la participación parten de diferentes variables psicológicas, sociológicas y biológicas (Hunt, 1992). Estas predisposiciones del ser humano a involucrarse responden a pautas de conducta establecidas tanto en su educación, como en la carga evolutiva.

Los seres en sociedad han desarrollado habilidades para relacionarse y encontrar modelos de asociación exitosos, pero igualmente esa predisposición viene condicionada por la capacidad de moldear las emociones básicas que traen en su cerebro (Pérez, 2011).

Los instintos de respuesta a presiones exteriores, llevan a las personas a darle peso a su acción a través del reflejo de respuestas muchas veces involuntarias como la ira, pánico, etc., y de ahí podría explicarse el compromiso de algunos ciudadanos a la hora de involucrarse activamente en procesos de respuesta social (Moscovici, 1985).

A medida que se van constituyendo los núcleos sociales de participación, donde se agrupan personas con una misma identidad, se va creciendo en confianza, lo que significa que el resto de la ciudadanía siente más inclinación a intervenir en una organización si la encuentra sólida y con oportunidades de ser parte activa.

En este sentido, tienen más opciones los grupos de identidad que se fundan fuera de una mera concepción de clases sociales, y al contrario encuentran otros tipos de cohesión, por ejemplo los grupos de nacionalistas, homosexuales, religiosos. Se fundan sobre temas y desarrollan a partir de ellos una semejanza en la forma de pensar que impulsa la movilización popular.

Lo destacable de estos grupos es que la fortaleza para permanecer unidos y conseguir más adherentes, es la capacidad de interacción que existe entre los militantes y la permanente movilidad que hay alrededor de temas comunes. Aquí juegan un papel destacado los medios de comunicación propios, con esa misma identidad, que mantienen los temas en el aire y se dirigen a personas con los mismos intereses.

Los individuos asociados a este tipo de movimientos basados en temas de interés, le dan un sentido especial a sus grupos (Johnston, 1991), es decir, vuelcan en él las posibilidades de interacción a nivel social en todo sentido: la educación que reciben sus hijos, los clubes de recreación, los medios que consumen y demás aspectos son guiados por ejemplo por el grupo religioso que los congrega¹⁴.

En todo este proceso, la participación ciudadana en el voto, puede entenderse como una que tenga intenciones de llevar al poder a un partido que represente determinado tema o como la que usa esa movilización para protestar. Unos párrafos más arriba se planteó la opción del voto negativo, como una forma válida de participación, que tiene la capacidad de llevar votantes que no acudirían a las urnas si no existiera la polarización que se genera en algunas jornadas electorales.

Los movimientos sociales están claramente diferenciados del sistema político, no responden necesariamente a lo que el sistema exige (Galindo, 2001): la razón es que la ciudadanía poco interés tiene en la política y poco entiende de la configuración del sistema. Pero, aun cuando existe ese vacío en la relación natural que debe existir entre política y ciudadanía, sí hay un elemento que logra el interés: la protesta.

No hay variables que determinen cómo se configura una protesta en el ámbito político, ni componentes para caracterizarla, porque precisamente se produce en momentos de coyuntura negativa, en los que se genera descontento a grado tal que la ciudadanía se moviliza.

En esa coyuntura, los ciudadanos hacen comparaciones de las promesas de campaña con los resultados del gobierno y los faltantes son los que movilizan la protesta. Es decir: los electores fundamentan su

¹⁴ En situaciones como esta aunadas a la política se visibiliza el poder de convocatoria que pueden llegar a tener, por ejemplo en Colombia existe el Movimiento Independiente de Renovación Absoluta, MIRA, fundado en 2000 y que en 2010 alcanzó -con la figura de la lista cerrada- 324.109 votos lo que les permitió obtener 4 congresistas (3 senadores y una representante a la Cámara).

descontento mayoritariamente en el incumplimiento de los dirigentes, no en los faltantes de la sociedad.

La protesta, como vehículo para hacerse escuchar, parte de la ruptura de los cánones establecidos, que le permiten a la sociedad hacer altos en el camino y autocorregirse. La ciudadanía ejerce de alguna manera un control hacia la dirigencia política al votar contra partidos que merecen la protesta o al no participar en unas elecciones convirtiendo al abstencionismo en un mecanismo de expresión. Esta última conducta ha tratado de ser reemplazada por el voto en blanco, porque muestra intención de protesta, mientras que quedarse fuera de las urnas, no.

Cada acción, o falta de ella, se convierte para los ciudadanos interesados en pertenecer a comunidades sociales o políticas; en un significado de alguna manifestación. Es decir, en estos espacios se generan marcos de referencia que reúnen lo que un nicho determinado está pensando y se convierte en tema de campaña electoral o de gobierno.

Ahí mismo, dentro de esos marcos, se producen micro movilizaciones en las que los miembros de los colectivos interpretan el sentir de las públicas y lo enlazan con el marco que ya se construyó (Snow y otros, 1986); para crear canales de comunicación directa y efectiva entre los grupos emisores del mensaje (campañas, partidos, gobiernos) y los destinatarios (sociedad organizada y sociedad espontánea).

Para que los marcos de referencia se mantengan en el tiempo y no sean tenidos como piezas de una coyuntura, se hace necesario que exista diferenciación de quiénes los producen: bien sea los actores, es decir lo que piensa ese colectivo, los temas que maneja, el interés común que los mueve; o de otro lado, la naturaleza misma del grupo.

Son dos elementos diferentes que tienen, cada uno, la capacidad de darle sentido a la movilización. En el primero de los casos, logrará cohesión alrededor de la vigencia que tengan los actores o los *issues* y sólo lograrán cohesión y participación de la ciudadanía, mientras estén presentes.

En el segundo caso, se podrá predecir que serán grupos más duraderos en el tiempo, con una posibilidad más amplia de ‘reclutar’ militantes porque los rasgos comunes de personalidad y comportamiento van a identificar estilos de vida a largo plazo y no coyunturas actuales. Al segmentar de esta manera, las personalidades de los posibles participantes en este tipo de colectividades políticas o sociales se identifican desde criterios emocionales, más que racionales (Shibutani, 1970).

Sobre esto último vale la pena hacer claridad en la libertad que tienen los ciudadanos de participar en movilizaciones conducidas por partidos o dirigentes políticos, incluso, contrastándolo con la coerción que ejercen de alguna manera las autoridades que bien podrían querer retener el poder o incidir de manera directa en quién sea el designado por el pueblo.

La política, o bien la función del sistema que ejecuta las políticas públicas, tienen como fin último la toma de decisiones, según los argumentos de Hobbes. Esta opción es ejercida mediante el voto popular, que al elegir al partido o candidato que más se parece a las ideas de la mayoría, determina que éste o él ejercerán el poder para tomar las decisiones más adecuadas.

Sin embargo, también cabe dentro de esta argumentación la posibilidad de que ese poder para poner a funcionar el sistema político, sea ejercido con algún tipo de fuerza. Hobbes hablaba de la capacidad que tienen los dirigentes para controlar la voluntad popular mediante el ejercicio del poder.

Entonces bien, ¿podría establecerse cuál mecanismo es más efectivo en el llamado al respaldo ciudadano? Porque de todas formas habría que contemplar que el uso de la autoridad en el proceso de consecución de respaldo político sigue siendo eficaz en países donde no hay un alto índice de cultura política.

Adicional a lo anterior, habría que determinar en cada sociedad objeto de estudio su relación con el clientelismo, que históricamente ha logrado un número importante de escaños en los cuerpos colegiados

y ha mantenido poder político a través de clanes familiares o equipos dentro de los partidos.

En este sentido es interesante también medir la efectividad del voto espontáneo, el que responde a los *issues* de la campaña electoral y que tiene la capacidad de movilizar ciudadanía que no necesariamente tiene vinculación histórica con partidos o movimientos políticos.

Entendiendo lo anterior en el sentido de que se votaría por *issues* si éstos logran atraer la atención del ciudadano llevándolo a un plano de confianza en el candidato (Newton, 2007), en una relación en la que podría caber la individualidad de reconocer en el aspirante alguien que solucionará los problemas personales y la generalidad del entorno en el que se desenvuelve ese ciudadano; debido a que generalmente los *issues* de campaña se basan en soluciones a nichos de población (infraestructura, servicios públicos...).

2.4.2. Elementos de persuasión

Las emociones que guían la conducta de los seres humanos, tienen la particularidad de señalar el camino por donde seguir en la toma de decisiones en cualquier estado de la vida y el proceso funciona de la misma manera en coyunturas particulares como la política. Al momento de decidir, los valores que se han arraigado en el transcurso de la vida a través de la educación y otro tipo de condicionantes como las creencias religiosas van a combinarse con el comportamiento habitual de la persona (Marcus, 2000), se realizará una simbiosis en la que entran en escena lo aprendido y lo que se vive en la actualidad para decantarse por una opción determinada.

Lo interiorizado en el transcurso de la vida entrará a definir las posiciones que se tengan frente a eventos de coyuntura y de ahí que en algunas ocasiones no se tenga claridad sobre las razones del gusto o disgusto frente a un partido o candidato. La definición más acertada de este proceso de predisposición frente a algo, la muestra más claramente el idioma inglés en la palabra *mood*, que denota estados temporales de aceptación o rechazo.

En el estudio de las emociones es necesario ver que hay detonantes con la capacidad de cambiar estados de ánimo y que éstos pueden modificar una conducta establecida en cuanto a voto o a intención de seguir un partido o movimiento político.

Los seres humanos hacen uso de atajos heurísticos tanto para aprender, como para tomar decisiones y el camino hacia esos atajos está determinado por experiencias anteriores que se quedan alojadas en el sistema cognitivo. Por eso los recuerdos o memorias personales influyen de manera precisa en las decisiones, aun cuando éstas no tengas en principio que ver con la vida personal de quien las toma.

Blema Steinberg (1996), presenta en su trabajo, *Culpa y humillación: toma de decisiones presidenciales en Vietnam*, una recopilación de argumentos para sustentar que el presidente Lyndon B. Johnson tomó decisiones en la guerra de Vietnam teniendo como guía sus emociones personales.

Esa posibilidad de tomar decisiones basados en experiencias propias hace que de alguna manera la ciudadanía presente los niveles de desconfianza que muestra hacia la política y sus actores. Siempre quedará la duda de si la oferta en campaña de un candidato o partido cualquiera estará buscando intereses particulares. Por eso lo primero que debe existir entre un candidato y la ciudadanía a la que espera convencer es confianza.

Ese elemento hace que los posibles electores permitan que el aspirante entable con ellos una relación primero y que les presente sus propuestas después. La confianza logra altos niveles de atención y positivismo a la hora de recibir un mensaje (Simpson, 2007), e igualmente le da fuerza a las relaciones que deben formarse para depositar el voto.

Los candidatos deben mantener vigente la relación de confianza que logren crear con sus posibles votantes, porque con los antecedentes que se tienen la posibilidad de dispersión e incluso rompimiento antes de las elecciones es alta, teniendo en cuenta, además que el aglutinante para que se mantengan las relaciones creadas se circunscribe en mayor

medida al personalismo y no a la institucionalidad de los partidos, que antes sí actuaban en esa vía.

En este sentido el personalismo en Colombia debe ser visto en dos vías: la primera como una manera de mantener privilegios de una élite en la que un líder se encarga de señalar la orientación política de un grupo (Ruiz, 2013), en la que se prolonga en el tiempo la participación de dirigentes en cuerpo propio o a través de sus familiares o personas cercanas.

De otro lado, el personalismo puede asimilarse como una respuesta –precisamente- a la perpetuación en la escena política; cuando entran a la competencia personajes reconocidos por participaciones anteriores en espacios públicos como los medios de comunicación y construyen alrededor de ellos una estructura que les permite ser elegidos, pero no fortalecer partidos.

En cualquiera de los dos casos, la confianza entre ciudadanos y políticos debe ser en doble vía para que funcione: de un lado, unos dirigentes creando (y manteniendo) mensajes que logren cautivar a ciudadanos escépticos y de otro unos posibles electores que seleccionan políticos cumplidores de sus promesas de campaña.

Los dirigentes públicos desempeñan un rol trascendental en este proceso, demostrar que logran entender las realidades de la ciudadanía que aspiran representar, usando un lenguaje que comprenden sus votantes, haciendo propuestas que satisfagan las necesidades registradas, etc.

En este aspecto vale la pena destacar que la cercanía que pueda crearse entre ciudadanía y dirigentes políticos tendrá más efecto en tanto los candidatos reconozcan en la cotidianidad de la población, elementos que puede usar en su campaña. Bien sea porque realmente los conoce o porque tenga la opción de hacer un gesto a favor de esa ciudadanía.

Las personas aceptan de manera más abierta a un político en campaña cuando éste hace uso de algunos símbolos que los representan, por

ejemplo: modismos del lenguaje, tradiciones culturales, históricas, etc. (Săftoiu, 2010).

La ciudadanía exige que los planteamientos que hacen de manera directa en las campañas electorales o a través de la participación que abren los medios de comunicación, sea incorporada a los programas de gobiernos propuestos por los dirigentes. Y que además, ese mismo mensaje sea asumido como propio por el candidato, en medio de un proceso de adaptación de propuestas (Richards, 2004).

La relación, así creada, como beneficio para las dos partes (candidatos y electores) está reglada por un proceso de aprendizaje permanente, en el que los dirigentes políticos deben conocer a profundidad las comunidades a las que aspiran gobernar, porque eso les dará en primer lugar una mayor posibilidad de compenetrarse con ellos y crear la confianza de la que se habló en párrafos anteriores, y segundo: porque de esa manera tendrán más oportunidades de captar la atención de sus posibles electores al hablar de temas de interés particular.

En términos electorales, conocer en detalle la población objetivo, a través de estudios focalizados y análisis cuantitativos permite segmentar aún más el mensaje y los nichos de personas a los que se va a dirigir en la campaña (De Aragón, 2011).

De otro lado, la ciudadanía que se compromete en este tipo de relación inicia un proceso de búsqueda de información para retroalimentar al partido o al dirigente, con el fin de construir un esquema de beneficio para su comunidad reflejada en la futura gestión del político, una vez gane las elecciones.

En este aspecto los sentidos se enfocan en recabar datos y noticias en general para darle peso a la relación ciudadano-dirigencia.

La suma de condicionantes sociales de los que se ha hablado en este trabajo (factores del entorno sociodemográfico), son posibles gracias a un complejo sistema, que como ya se planteó, tiene la capacidad de seleccionar experiencias vividas (positivas y negativas) y hacer uso de

ellas para tomar decisiones en el momento que haga falta. Eso facilita y agiliza los procesos de comportamiento.

Lo anterior ratifica la necesidad de crear vínculos de confianza no sólo en épocas de campaña electoral, sino reforzando presencia del partido o candidato en momentos que puedan crear esas redes de asociación entre ciudadanía y políticos. Los seres humanos permanentemente están recibiendo información para ser utilizada en algún momento futuro; y no puede medirse en qué momento se hará.

Puede verse, entonces, la explicación de por qué se genera empatía entre algunos dirigentes y un sector de la ciudadanía y por qué se produce rechazo frente a un partido político o candidato determinado.

Sin embargo, no puede decirse que las respuestas emocionales (y con ellas la toma de decisiones) sean irracionales. En contraposición a eso, se puede ver cómo se analizan los condicionantes que llevarían a una decisión y las variables que influyen en su concreción, aunque este proceso se haga de manera inconsciente (Gross y D'Ambrosio, 2004).

De lo descrito en el párrafo anterior, radica la importancia del proceso de acompañamiento de la ciudadanía a los candidatos o partidos y su decisión de votar en una jornada electoral. La definición de las actitudes y el consiguiente paso a la acción puede influenciarse con la cantidad y calidad de información a la que los posibles votantes estén expuestos. Juegan entonces ahí un papel determinante dos elementos de los que se habla en este apartado: medios de comunicación y campañas electorales¹⁵.

Es decir, podría inferirse que quienes tengan mayor relación con la política y se describan a sí mismos como simpatizantes de algún partido han recibido información por uno de estos canales.

¹⁵ Ambos factores están ausentes de manera directa en el modelo trabajado, en tanto el cuestionario no incluyó preguntas específicas que permitan trabajar sobre ellos, sin embargo siguen presentes en este texto, debido a que la información que se recibe y que genera interés en la política vienen dados a través de ellos.

Los medios deciden con qué intensidad presentan la información que puede mover al voto y bajo qué contexto la presentan, sin duda eso genera un grado de movilización, que dependiendo de las emociones que logre crear llevará más o menos gente a votar.

Los medios deciden, igualmente, qué cantidad de información y en qué dosis la presentará a los públicos objetivos en el entendido que mientras más información enfocada a los temas de agenda presenten, mayor será la posibilidad de interesar a los ciudadanos y convertirlos de esta manera en electores activos.

Hay, en este aspecto, dos vías para entregar la información en medio de una contienda: la primera está supeditada a la voluntad de los medios informativos, es decir, qué tipo de información quieren mostrar y qué cantidad de la misma; y la segunda, es relativa a la publicidad que las campañas pautan en los medios.

En el primero de los casos, es claro que se impactará de manera efectiva a la ciudadanía que tenga una noción de los temas de coyuntura que se estén tratando en la campaña o que hayan seguido la información política en general. Mientras que con la publicidad pagada puede cubrirse un segmento de la población que ha demostrado poco interés en los procesos electorales o de agenda pública en general (Franz y Ridout, 2007).

Sin embargo el poder de los medios de comunicación -desde la información- está dictado, en este período de la historia por la capacidad de poner sobre la mesa los temas de los que se habla, pero no de influir directamente en sobre quién se vota. Eso lo describe muy bien la teoría de la *agenda setting*, de la que se ha hablado en este trabajo.

Otra situación a tener en cuenta es la cantidad de medios y la especialización de los mismos y la posibilidad de que los ciudadanos recurran a los que consideran cercanos a sus afinidades o a su forma de pensar.

hay un mayor número de espectadores que se suman a su programación, únicamente por ese motivo¹⁶.

Es entonces, la calidad de la información lo que influye en la fuerza que adquieran los temas que se ponen en la agenda, según la teoría descrita. La calidad no referida a lo buena o mala que sea la noticia sino al enfoque que se le pretenda dar, porque además hay que decir que las noticias generadoras de polémica tienen mayor posibilidad de mantenerse en el aire durante más tiempo.

Con este recuento de elementos que se tienen y con la información que llega a los votantes, no podría decirse que éstos son irracionales a la hora de tomar su decisión, primero de acudir a las urnas y segundo de por quién votar. Al final terminan poniendo en una balanza intereses, memorias e información, antes de seleccionar.

Entonces, hay racionalidad a la hora de decidir, aunque los recuerdos (detonantes) permanezcan en el inconsciente, así como también se quedará en ese estado la activación de las memorias (Berridge y Winickelman, 2003). Los ciudadanos no están pensando de manera clara cómo traer a colación los elementos que activarían la decisión, pero cualquier estímulo externo está en capacidad de hacerlos patentes.

Lo que podrían hacer las campañas electorales y en esto sí tienen capacidad de influir, es en la determinación de qué tipo de estimulantes presentar para activar lo que hace falta para mover el voto de la ciudadanía.

En este punto juega un papel importante el mercadeo y la publicidad, que responden no sólo al fondo de lo que quiere decirse en las campañas electorales sino en la forma cómo se muestre. Los condicionantes que logran situar en la opinión pública estos dos elementos influyen de

¹⁶ Un ejemplo de lo anterior lo ilustra la cadena Fox en los Estados Unidos, que logró posicionarse por delante de la CNN como proveedora de información, desde que hizo visible a través de la presentación de las noticias, su cercanía con el Partido Republicano; en contraposición con CNN, que aunque podría verse más cercana a los demócratas nunca hizo explícita su cercanía con esa colectividad.

manera decisiva a la hora de potenciar una posición creada, es decir: la publicidad refuerza las ideas que el ciudadano posible votante ya tenía preconcebidas.

Sin embargo, teniendo en cuenta lo anterior, cobra más vigencia la necesidad de segmentar desde la campaña la población objetivo, porque de esta manera se pueden enfocar esfuerzos de forma más eficaz. El apoyo que se tiene en la parte inicial de la campaña, al estudiar a profundidad la población total y determinar qué nicho de esa población podría compartir las propuestas del candidato, se convierte en un ahorro de recursos durante el proceso.

Así mismo se pueden enfocar recursos de publicidad en los segmentos que las campañas han determinado como viables para trabajar. Se ha comprobado que la presencia masiva de las campañas o los candidatos como líderes personalistas logra inducir la participación ciudadana. En un ejercicio de mercadeo, tal cual como se haría para un producto comercial, los partidos políticos tienden a visibilizar su marca (si la tienen) o la del aspirante que los representa.

En las contiendas electorales la presencia sistemática en medios, de quien representa la candidatura, logra movilizar fervor popular al encarnar las esperanzas y frustraciones de los ciudadanos que proyectan en esa persona sus anhelos. La publicidad pagada tiene un efecto mayor en este entendido, porque hay menos ciudadanos que se informan por voluntad propia acerca de la política y entonces acceden de manera masiva a las noticias de este tema a través de la publicidad (Goldstein y Freedman, 2000).

En la era de los medios, donde a través de la personalización de los mismos y el alcance masivo que tienen, se logra penetración en la población en corto tiempo; la percepción que la ciudadanía tenga del candidato influye en la toma de decisiones. Y en un escenario de política mediática la forma cumple un rol igual o casi tan importante como el fondo.

En los últimos años se han realizado numerosos estudios sobre comunicación no verbal que sin duda deben ser tenidos en cuenta dentro de la planeación de las campañas electorales, para darle entrenamiento al candidato al momento de ser abordado por un medio de comunicación.

En este punto es procedente retomar la distinción entre inconsciencia y consciencia como estados donde los seres humanos procesan la información que les servirá después para la toma de decisiones. De manera automática, se procesan los datos que llegan codificados en forma de lenguaje o de símbolos y para que exista una aceptación de lo que se dice debe haber sintonía entre los dos tipos de elementos (lenguaje hablado o corporal).

Incluso, algunos gestos matizan la dureza de los mensajes emitidos. Por ejemplo: si un grupo de personas está dispuesto para recibir un mensaje y el emisor utiliza gestos positivos para transmitirlo, aun cuando lo que se diga tenga connotaciones negativas será recibido de mejor manera y las malas implicaciones para la toma de decisiones no serán tan determinantes (Krumhuber y Manstead, 2008).

Se ha planteado que al no haber empatía entre los políticos y la ciudadanía en términos generales, eso haría que las decisiones que se tomen con respecto a participación en este ámbito corresponda sólo a motivaciones inconscientes y por ende a ese tipo de detonantes.

Sin embargo, según se ha demostrado, el proceso de toma de decisiones en materia política responde a una combinación de inconsciencia y consciencia que ayuda a que, aunque no exista toda la información deseable en medio de una campaña electoral, el proceso cognitivo se organice y los resultados al final puedan ser incluso mejores que si existiera consciencia total (Rey y otros, 2009).

Sólo basta imaginarse el caos si una persona tuviera la capacidad o el interés de recopilar toda la información que se produce en medio de una campaña electoral, con los programas que ofertan todos los candidatos.

Al contrario, el proceso de selección inconsciente logra filtrar temas de interés individual y con base en ese tamiz, profundizar en las propuestas que de verdad solucionarían las necesidades particulares. La decisión de votar parte, entonces, de qué tan efectivos hayan sido los elementos descritos (noticias, publicidad, mercadeo, fidelidad partidista, trabajo de la campaña) en seducir la voluntad del elector en potencia.

Podría decirse, entonces, que las razones que llevan a un porcentaje tan amplio de la ciudadanía a no acudir a votar encuentran sus raíces en el mismo contexto social que les da a otros las razones para participar y de alguna manera abstenerse es consecuencia del mismo proceso de toma de decisión.

Sin embargo, no podría generalizarse a este colectivo como uno homogéneo en todas las elecciones, hay evidencia que habla de la alta movilidad de este tipo de ciudadanos, que se abstienen en unas jornadas, pero participan en otras; son muy pocos los ciudadanos que se declaran (y actúan) como abstencionistas en su generalidad (Justel, 1990). Hay un tercio de los posibles electores, que toman la decisión esporádica de abstenerse, pero participan activamente en otras jornadas.

Uno de los factores que llevan a que los ciudadanos se abstengan es la poca eficacia que se le atribuye al voto, esto es que se crea que con acudir a las urnas van a cambiar las cosas en cuanto a los problemas que se han identificado como prioritarios. El posible votante comprende la necesidad de hacer cambios, pero tiene poca confianza en el sistema y en quienes lo representan.

De todas formas, el acto de abstenerse de un proceso cívico que es bien visto por la mayoría, hace que sea difícil rastrear las verdaderas razones para hacerlo. Porque en este escenario los ciudadanos consultados en diversas encuestas aducen causas de fuerza mayor, para justificar el hecho de no participar. Esa abstención forzosa, se muestra como mayoritaria en los estudios postelectorales.

o la poca confianza que les despiertan los partidos o candidatos como la causa para no ir a votar. Esa abstención voluntaria, es menos visible, aunque algunos analistas argumentan que es mayor que la forzosa.

Lo que puede colegirse de varios estudios en los que se ha entrevistado tanto a votantes del sector urbano como del rural sobre la abstención, además de ser un derecho que les da implícita la constitución en varios países que no reglamentan el voto obligatorio, es que el derecho de sufragar o no va más allá de causas políticas.

Incluso, hay una explicación que apoya las teorías sociológicas de que no existe una relación del ciudadano con los partidos, o más allá: con la política misma. La abstención no actúa en este sentido como un mecanismo de protesta, como podría verse en años pasados. El hecho de no acudir a las urnas denota un profundo desinterés en lo público (Braconnier y Dormagen, 2007), es decir no existe relación entre persona y política.

El abstencionista siente que el ejercicio de la política, que incluye el voto y la rendición de cuentas que deben dar los dirigentes, no le aporta nada a su rol social. Y surge una cuestión que se vuelve vigente en este escenario: si un porcentaje importante de la ciudadanía decide no votar por esta razón expuesta, los cuerpos colegiados y los cargos ejecutivos perderían significativamente legitimidad¹⁷.

En este sentido la causa de la abstención puede verse marcadamente como una apatía por los efectos de la participación, es decir: se ve poca o nula efectividad en el voto como mecanismo de representación política y eso logra que se rompa cada vez más la relación que se tiene con lo público; lo que generaría un distanciamiento no sólo en los procesos electorales, que son los primeros donde se evidencia el desprestigio de la clase política, sino del ejercicio público como

¹⁷ Hay un caso visible de esto último, que encarna el expresidente argentino Arturo Umberto Illia, que fue elegido en 1963 con sólo el 25% de los votos y a la larga, 3 años después, fue derrocado, entre otras causas, por la poca legitimidad con la que inició su gobierno.

tal: rendición de cuentas, participación ciudadana en espacios de gobierno, etc.

En esta revisión de causas, puede plantearse también la promoción del abstencionismo de parte de quienes ostentan el poder, sea el político o el económico. Siempre será menos costoso en términos de presupuesto de campaña y de inversiones en general de parte de los financiadores de los partidos, patrocinar candidatos que necesiten menos votos para llegar a algún puesto (López, 1978).

Incluso los pocos estímulos que se han presentado para que profesionales con buen nivel de estudios y experiencia prefiera el sector público sobre el sector privado da cuenta que se está dejando de lado la construcción de espacios donde se involucre a la ciudadanía con el ejercicio de la política, a la vez que se fortalece una clase política cerrada compuesta por familias que han ostentado el poder por años.

De otro lado hay una percepción de que la asistencia de la gente a las urnas legitima necesariamente el sistema político y demuestra garantías democráticas, situación que ha sido rebatida, porque alrededor del voto hay otros factores que condicionan la participación ciudadana y que -forzosamente- no tienen que ver con una decisión personal y racional del votante.

En este caso, se presenta a la abstención como un comportamiento aceptado, porque cumple con los parámetros para entenderse como 'expresión política' (Flanigan, 1972). Aunque el concepto 'expresión' denote participación directa de la ciudadanía, buscando un fin, es decir: que haya una motivación para ir a la acción. Sobre ese particular hay que tener en cuenta que los actores políticos ejercen presión sobre las decisiones del ciudadano (Font, 1992).

Un sector de la ciudadanía busca alguna recompensa para sus acciones, entre ellas la del voto. No existe una dimensión de lo que significará su participación, porque el resultado se observa como uno colectivo y no como uno individual. Incluso hay elementos ajenos al ciudadano que lo alejan de la participación, como el clima, la enfermedad y al no

existir claridad en la retribución personal del voto, se da más peso a estos elementos que a la misma responsabilidad de acudir a las urnas.

La decisión de participar o no en un proceso electoral va a responder, entonces, a múltiples factores que llevan al ciudadano a permitir la llegada de los mensajes a través de los medios de comunicación o de manera directa de parte de las campañas electorales, que pueden agruparse en tres condicionantes: sociales, psicológicos y de vinculación política.

Cuadro 4. Condicionantes de la participación social

SOCIALES	SICOLÓGICOS	VINCULACIÓN POLÍTICA
Género	Desinterés en los procesos políticos	Poco interés de los partidos en la vida cotidiana.
Grupo de edad	Pocos niveles de atención para recibir mensajes	Poca renovación de la clase política.
Nivel de estudios	Indiferencia	Brecha amplia entre dirigentes y ciudadanía.
Ocupación	Poca importancia a la participación	Incumplimiento reiterado.

Elaboración propia, basado en datos del *Diccionario Electoral IIDH/CAPEL*.

El funcionamiento de cualquier sistema democrático (exista voto obligatorio o no) estará sustentado sobre la corresponsabilidad de los ciudadanos en la construcción y mantenimiento del mismo a través de los mecanismos de participación. Quien accede al poder a través de vías democráticas, no gobierna, sólo está al mando de las decisiones que se toman, porque de alguna manera el voto direcciona el ejercicio real del gobierno (Virós, 1994).

La democracia persiste y subsiste sólo si hay verdadera participación de la ciudadanía, todo guiado por una cadena de hechos que buscan un mismo fin: las actitudes morales y los valores van a delimitar el grado de compromiso social y éste llevará a que los ciudadanos tenga un interés en temas públicos y políticos y de ahí pasen al ejercicio del voto, que exterioriza la responsabilidad civil.

Para que exista ese interés de participación activa y sostenida, deben conjugarse varios elementos que forman una coyuntura favorable en los lugares donde ocurren: el primero es la tradición de cultura política del lugar, sin llegar a mediarla con ninguna variable, sí puede determinarse si en un espacio ha existido tradición histórica y sistemática de participar en procesos sociales y a qué nivel.

Lo segundo, tiene que ver con la cultura política del momento, la que se produce en medio de la campaña electoral, y en la formación de ésta juegan un papel determinante los medios de comunicación. A mayor visibilidad de las noticias que tengan que ver con el proceso electoral, mayor va a ser la discusión de la ciudadanía sobre estos aspectos y su posterior asistencia a las urnas.

Igualmente desempeñan un rol de trascendencia los elementos institucionales de la vida política del lugar y de cada proceso en particular. Es decir: si los partidos políticos u otros tipo de organización social han tenido o tienen presencia activa en el lugar donde se lleva a cabo la contienda, estos elementos harán que se produzca un interés en el tema político, condición necesaria para que exista participación efectiva a futuro.

A lo que se va llegando con el avance de las investigaciones sobre abstención en diferentes partes del mundo (España: Justel, Boix; Estados Unidos: Rosenstone, Hansen) es que las razones para la abstención en la actualidad radican en mayor medida en el desencuentro de la ciudadanía con la política, que en los factores sociológicos y psicológicos que aunque siguen explicando el comportamiento, no son tan determinantes como lo eran hace unas décadas.

Sin embargo, algunas investigaciones remarcan que si bien es cierto lo que se dice en el párrafo anterior, no pueden mirarse todos los países o sociedades de manera igualitaria y eso lleva a entender que hay escalas de grises para analizar el comportamiento electoral. Asimismo, las variables que afectan a una sociedad con mejor calidad de vida no son las mismas para otra con graves problemas económicos.

En este sentido puede decirse, que aunque las variables analizadas en solitario no den mayor importancia a las causas sociodemográficas, cuando se cruzan y se estudian en conjunto, aún demuestran efectos en cuanto a la decisión de votar (Blais y Dobrzynska, 1998).

Además de lo anterior, habría que considerar que el hecho de votar exige ciertos costos que algunos ciudadanos dependiendo de sus condiciones sociales, y al no tener esa conexión con lo institucional que representa la política, no están dispuestos a pagar. Lo que gasta un ciudadano puede medirse en factores materiales como el desplazamiento, primero en la campaña hacia el lugar donde está el candidato o la información relativa, y en la jornada electoral hasta su lugar de votación (Boix y Riba).

En tanto que pueden notarse otros ‘gastos’ que significarían para el ciudadano su lectura primero de las propuestas de campaña y su acto de votar, después. La falta de tiempo y la necesidad de dedicar alguna parte del mismo para el proceso, es una inversión que tienen que hacer.

2.4.3. Rol de los partidos

Sin embargo y a pesar del desencanto de la ciudadanía con quienes representan la política, las élites de las mismas, tienen capacidad de movilizar nichos de población cuando se inmiscuyen en explicar los beneficios del ejercicio del voto (Rosenstone y Hansen 1993). Tanto estas élites políticas como otros legitimadores de los medios de comunicación y dirigentes cívicos que hagan parte de campañas de invitación a ser activos en las jornadas democráticas, han demostrado su efectividad.

En este sentido, uno de los protagonistas de todo proceso electoral, los partidos políticos, lograron establecer una masa crítica de seguidores anclados a lo que representaban esas colectividades, sin embargo con el pasar de los años y al devenir el desencanto que llegó hacia ellos, los partidos han dado paso a rupturas (*cleavages*) que transformaron tanto la esencia de ellos mismos, como su relación con la ciudadanía (Dix, 1989).

Hoy los partidos, aunque mantengan el nombre con el que fueron creados y sus postulados sean los mismos, han evolucionado a la fuerza para esperar convertirse en guías de la ciudadanía. Sin embargo, lo han logrado (y no del todo) sólo en momentos electorales, donde tienen la capacidad de expedir avales a candidatos que por ley -en muchos países- deben ser entregados por las colectividades.

Necesariamente se debe hablar de los partidos como aglutinadores de la sociedad interesada en el devenir político, son ellos los que modelan las ideologías y aunque ya se planteó que en América Latina poco importan, el proceso de transición que se está viviendo en el que cada vez más se busca fortalecer estas colectividades, propende por darle identidad a estos grupos.

Son, además, guías dentro de los procesos electorales, que encuentran cada vez más escollos al no haber logrado índices de interés en la política, los partidos se han convertido en escenarios pedagógicos que se encargan de enseñar cómo usar los nuevos modelos de sufragio, como el voto preferente y las nuevas tecnologías del voto electrónico.

En este tipo de colectividades son visibles los cuadros directivos que además se diferencian del resto de los adherentes o militantes, por una razón: necesitan mantener un estatus superior para lograr su elegibilidad en el tiempo, bien sea dentro de las mismas jerarquías de los partidos, como en los cargos de mandato popular.

Los partidos nacieron como representantes de sectores muy específicos de las sociedades (Duverger, 1970), aunque hoy esa condición haya cambiado y sean visibles los ajustes a los que la inercia misma de la sociedad los ha llevado. Por ejemplo, los partidos conservadores de principios de siglo pasado en América Latina no aceptaban el voto de la mujer y hoy no existiría tal impedimento en la ideología conservadora.

Las estructuras de los partidos buscan representar la sociedad como tal, hay grupos de jóvenes, mujeres, trabajadores, etc.; y se está regresando al espíritu inicial de segmentar por grupos la búsqueda de

respaldo popular ya que se había abandonado esa representación por seguir otro tipo de mecanismo ligado al clientelismo (Puerta, 2006).

Los nuevos modelos de investigación de población que se usan en campañas electorales y en el ejercicio de los gobiernos, le permite a los partidos conocer al detalle el perfil de sus electores y de quiénes podrían llegar a serlo en el futuro, esto ha hecho que los mecanismos de participación se activen con personas que realmente tienen un interés en buscar permanencia, bien sea dentro de la colectividad o como adherentes a una carrera política en particular.

Los partidos se convierten, entonces, en fiel reflejo de los grupos que representan, pero tienen la capacidad de avanzar, tal como se mueve la sociedad. Las colectividades modernas no defienden un solo tema o únicamente a determinado grupo social, se vuelven más amplios en la medida que se hacen cargo con eficiencia de problemáticas de colectivos.

En sintonía con lo descrito en párrafos precedentes, el papel de los partidos es trascendente en la medida en la que éstos son resultado de lo que la ciudadanía busca a través de sus decisiones electorales, es decir, la oferta partidaria se modela dependiendo de la demanda ciudadana (Ruiz, 2013), y esta última corresponde con el comportamiento electoral, objeto de estudio de este texto.

El caso de los partidos de corte obrero son una clara muestra de lo anterior. Se crearon como asociaciones basadas en intereses puntuales, que fueron evolucionando a organizaciones que suplen representación amplia. El Partido Socialista Obrero Español, PSOE; o el Partido Revolucionario Institucional, PRI, recogen hoy como militantes a ciudadanos que no necesariamente pertenecen a movimientos de trabajadores.

La particularidad de los partidos en el escenario presente es que tienen importancia según el papel que les deje cumplir el Estado en el que estén actuando. Los partidos de gobierno tendrán la capacidad de definir las políticas públicas que se vayan a ejecutar, mientras que las colectividades que estén en la oposición, pero con buena presencia en

el Legislativo, impulsarán un contrapeso con las leyes que tramitan o con el control político que les hacen a los gobiernos.

Algunas colectividades se convierten ante la sociedad en extensiones, ya no de la ideología de los ciudadanos a los que representan, sino de los gobiernos o grupos opositores que encarnan (Duverger, 1970).

El reflejo de la sociedad, como nicho prioritario para el estudio de la sociología política se presenta, de alguna forma, en los partidos políticos. Sin embargo no podría hablarse de una misma organización partidaria para toda la sociedad, existen muchos matices que forman, dentro de la misma colectividad liderazgos diferenciados que movilizan en mayor o menor medida a los ciudadanos.

Entran en escena variables como las descritas anteriormente que determinan compromisos de militancia disparejos, que llevan a la ciudadanía a participar en niveles alternos, algunos de manera directa promoviendo la movilización de otros y unos más circunscribiéndose a su deber de votar.

La discusión, entonces, en este trabajo se centra en el papel que cumplen los partidos como movilizadores del voto, aunque como ya se dijo, hayan perdido legitimidad. Los partidos concentran una cuota de poder visible en el proceso de registro de votantes, que es necesario para el acceso posterior a la jornada electoral y se ha demostrado que en algunos lugares la alta abstención se produce por los procesos ineficientes de registro de votantes (Pérez-Liñán, 2001).

La competencia entre los partidos, tanto en registro como en todo el esquema de la campaña, influye para que el papel de éstos sea más efectivo en tanto al final necesiten ganar en determinados lugares con disputas muy reñidas y para lograrlo se traslada a esos distritos o regiones, el aparato del partido.

No se puede desconocer, de todas formas, que al final de cuentas la fuerza de los partidos radica en las áreas rurales donde históricamente habían mantenido feudos electorales y donde se mantiene la cercanía

de los ciudadanos con la institución. Pero la mayoría de los habitantes de los países se encuentra hoy en los centros urbanos que concentran porcentajes de la población cada vez más altos.

La ciudadanía, como se planteó, busca en su proceso individual que su decisión de votar o abstenerse satisfaga de alguna manera los costos que pagó en medio de la campaña. Si fueron altos (a su juicio) esperará que el nuevo gobierno resuelva los problemas que dijo que resolvería en sus promesas; si al contrario fueron bajos, ahondará su desencuentro con la política y con lo que ella representa.

Sin embargo, al ser ésta una decisión que poco representa en términos reales e inmediatos, en la que poco tiene que cederse (desplazarse a un lugar, hacer fila y depositar el voto), la ciudadanía está dispuesta a modificarla si los emisores del mensaje, los que buscan el voto, hacen cambios muy pequeños (Aldrich, 1993).

Las decisiones para esos cambios pueden ser tomadas sólo por voluntad política y aunque benefician de manera positiva la participación, pueden generar roces entre determinados actores de alto nivel (élites) que buscan siempre su beneficio individual. De ahí que aunque los cambios podrían ser sencillos de ejecutar, en algunos casos encuentran escollos.

Algunos de éstos son: lugares de votación cerca a las residencias, ampliar el horario de votación, voto por correo, voto anticipado, día de elecciones de fácil asistencia (fin de semana), entre otros.

Además de los anteriores, facilitaría el proceso del voto, reduciendo la abstención, una mayor regulación sobre el uso de los medios de comunicación, permitiendo que quienes no tienen grandes capitales para pagar lo que cuesta estar en la televisión, por ejemplo, accedan a los mismos espacios (Sinnot, 2003).

Al final lo que va a interesar es cómo ofrecerle a la ciudadanía, de manera diferenciada la posibilidad de enterarse primero de lo que ocurre en la campaña electoral a través de mayor participación en los

medios, y llevarlos luego de manera diferenciada a votar. El estudio de este proceso debe concentrarse en las particularidades inocultables en los nichos o segmentos de la sociedad.

Las mujeres, por ejemplo, tenían la tendencia en el pasado a ser más abstencionistas que los hombres por su escasa participación en procesos sociales y su rol determinado en el hogar. Hoy han avanzado en esa condición y además de que hacen parte de cualquier sector de la sociedad, se ha demostrado que la tendencia actual es a ejercer el derecho al voto en igual medida que los hombres.

Incluso, se ha detallado tanto su estudio que hoy puede afirmarse que el *'gender gap'* como se ha conocido en la literatura especializada, ha sufrido una mutación que explica que las mujeres no sólo han dejado de ser más abstencionistas que los hombres, sino que las más jóvenes se inclinan por candidatos de tendencia de izquierda, saltándose lo que se había planteado hasta hace pocos años, cuando ellas eran más conservadoras que los hombres (Inglehart y Norris, 2000).

2.4.4. Medios de comunicación como agentes movilizadores

Como se ha planteado, uno de los actores que más peso tiene en el proceso de la toma de decisiones en materia política, son los medios de comunicación. Se han encargado de llevar la información del día a día de manera masiva y tienen el atributo que necesitaría cualquier político para hacer una carrera efectiva: credibilidad.

En las encuestas de opinión, los medios de comunicación sobrepasan a otros actores de la vida social en confianza y tienen la particularidad de que en el proceso de interacción ciudadanía-actores, los medios son buscados y eso refuerza más su grado de credibilidad. Lo que ha logrado, que además de tener un rol social per sé, los medios de comunicación sean tenidos como socios por otros actores menos favorecidos en cuanto a respaldo, como los políticos o entidades gubernamentales.

Cuadro 5. Valoración positiva de actores sociales

ACTOR	LAPOP, 2012	LATINOBARÓMETRO 2011	IPSOS COLOMBIA, 2012
Iglesia	63,1%	64%	55%
Medios	59,1%	47.3%*	40%
Fuerzas Armadas	62,2%	39%	56%
Congreso	45,6%	32%	20%
Partidos Políticos	36,38%	22%	24,8%
Poder Judicial	47,9%	29%	29%

Elaboración propia / *Promedio entre televisión, radio y prensa.

Sin embargo, la relación de los medios y la sociedad ha cambiado en los últimos años, con la aparición de las redes sociales y la fuerza que han tomado en algunos escenarios en los que un sector de la población tiene preferencia por los nuevos medios, los tradicionales, tal como eran concebidos han tenido que modificar sus estructuras y su manera de entregar la información al público.

Incluso, la teoría de la *agenda setting*, que resalta el nuevo papel de los medios, ya no como legitimadores que tienen la capacidad de decirle a sus espectadores qué decisión tomar (en todo sentido), sino que su campo de acción se circunscribe a poner sobre la mesa los temas de los que se debatirá, ha reordenado las funciones sociales que históricamente habían sido ligadas a ver los medios como actores con alta capacidad de efectividad en cuanto a proselitismo.

Sin embargo, los medios han alcanzado un grado de ‘madurez’ en sus procesos de negocios y han buscado acomodo en diferentes nichos de mercado que consumen información especializada. Por eso vemos que los otrora medios de información general han dado paso a grupos diversificados en los que se encuentran plataformas múltiples con ofertas de impresos, virtuales y demás.

Esa especialidad de los medios es conocida como *framing* y ha llevado a que los consumidores se mantengan fieles a las marcas centenarias, en algunos casos, que hoy cobijan otros desarrollos modernos.

En el terreno político, esta especialización de los medios se ha dirigido a los segmentos de personas que tienen algún interés en información relacionada que no necesariamente es etiquetada con la palabra 'política', sino que utiliza diferentes caminos para llegar al lector o televidente y éstos aceptan que al final eso se enmarque en un todo referido a asuntos públicos, de campañas electores o de gobierno.

Cuadro 6. Consumo de medios en Colombia

MEDIO	CONSUMO (EN % DE POBLACIÓN)
Televisión	94%
Radio	67%
Prensa	35%
Revistas (promedio revistas información y variedades)	33%
Internet	39%
Cine	5%

Elaboración propia basada en datos del Estudio General de Medios 2011

Los medios no desconocen cuál es su poder ni cuáles son los resultados que pueden obtener con su trabajo, lo demuestran día a día al participar en campañas sociales y en algunos casos al vincularse directamente a la promoción de determinados candidatos o acciones de gobierno.

Es decir, las nuevas empresas periodísticas han modificado sus patrones de conducta debido a las exigencias que les hace la sociedad, que antes aceptaba su dictado, pero ahora por la abundancia de medios, se ha vuelto selectiva en el consumo, incluso, cuando de un mismo tema existen varias ofertas que compiten en calidad e innovación de estrategias que buscan permanencia.

La visibilidad que los medios ofrecen a los políticos es un factor determinante a la hora de incitarlos a hacer su trabajo en el ejercicio de sus funciones públicas y de la misma manera, movilizar su figuración en medio de las campañas electorales.

La mayor presión para que los dirigentes que representan de manera directa a la sociedad cumplan con sus obligaciones, es saber que tienen el cubrimiento mediático y que a través de éstos, la ciudadanía a la que representan, va a estar permanentemente enterada de lo que hacen (Cohen y otros, 2008).

De alguna manera el proceso de *accountability* al que tienen derecho todos los ciudadanos busca un buen aliado en los medios de comunicación, que en una relación de doble vía encuentra noticias de interés para conducir a través de sus espacios y de otro lado, la ciudadanía se mantiene informada.

El riesgo que se corre en una sociedad con tal penetración de los medios de comunicación, es que la política y los demás espacios de decisión lleguen a estar permeados por la influencia de éstos. Al final serían ellos quienes determinen los temas que marquen la pauta en las campañas electorales y por ende el rumbo de la sociedad en tanto que de lo que se prometa en las contiendas, se desprenden las ejecuciones en los mandatos.

Aunque no podría verse que los medios son los que llevan el liderazgo en esa relación con la política, porque los dirigentes han entendido que deben tener una buena reciprocidad en las acciones que ambos elijan realizar si quieren retomar el control sobre la opinión pública.

Incluso los políticos que tienen claro el rol de cada uno, ceden liderazgo a los medios si eso significa establecer un camino más corto hacia la gente (Meyer, 2002). Es una relación de ganancia para los partidos y candidatos porque se parte de la buena evaluación que hace la ciudadanía de los medios.

Otro ingrediente adicional para que esta relación funcione es la diferencia tan marcada que existe en los tiempos de cada uno de los actores. Los medios responden a unos cortes en los que la información debe estar completa para ser publicada y llegar a sus audiencias, mientras que los dirigentes utilizan la dosificación de esa noticia que hacen los informativos para construir el guion de su relato.

Es decir: los políticos van entregando información sobre algún tema en particular en la medida que los medios les dan opción de presentarlo y los medios van dando espacios en tanto la ciudadanía acepte ese tipo de noticia. No podría decirse con anticipación, más allá de la agudeza periodística que pueda tener un comunicador, cuánto va a durar una noticia determinada en la agenda del día a día.

Los medios tienen un ritmo de 'producción' que lo van dictando algunos elementos como el rating, los anunciantes y los intereses propios como empresa; mientras que los dirigentes políticos producen noticias permanentemente a la espera de que los medios las registren. Con contadas excepciones, cuando los políticos son protagonistas de escándalos o noticias de alto impacto, tienen la capacidad de dictar el ritmo y los tiempos de la información.

Sin embargo, también pueden llegar a escena otros actores que inciden en la construcción de noticias, más allá de los candidatos/partidos y los medios; pero en la relación de doble vía que existe entre los primeros y los segundos será difícil que pueda intervenir un tercero para alterar el ritmo (Meyer, 2002).

La razón de lo anterior es que la relación de la política con los medios está estructurada desde hace aproximadamente cinco décadas, cuando en los Estados Unidos la política hizo concesiones al espectáculo para tener una mejor entrada a los hogares a través del medio masivo que empezaba a inundar las familias: la televisión.

A partir de ese momento los políticos se dieron cuenta de las grandes oportunidades que tenían si al discurso que acostumbraban, le introducían elementos emocionales y esa nueva estructura la

presentaban a través de los medios. El resultado fue una nueva generación de dirigentes, que ha crecido a partir de ese momento y el afianzamiento de una relación estrecha entre políticos y medios de comunicación.

Lo anterior ha significado que a medida que avanza el conocimiento de cómo funcionan los medios y se decodifica su estructura en materia de receptores del mensaje, los candidatos han podido aumentar su visibilidad y lograr una relación de cercanía con los seguidores de los medios que antes no contaban en sus campañas (Edelman, 1988).

Incluso se ha llegado a la particularidad de que al conocer en detalle a sus nichos objetivos, los políticos pueden ignorar el lenguaje del medio, tal como éste se lo presenta y construye el suyo propio. Ejemplo de esto se ve en las convenciones de los partidos o en los lanzamientos de campañas electorales en los que se organiza un montaje que dista en muchas ocasiones de lo que se ha visto en los medios y se acerca a lo que los partidos o los candidatos quieren reflejar.

A esto último han sumado las técnicas de investigación cualitativas que pueden predecir con cierta exactitud la respuesta que el público dará a los mensajes de los políticos y con base en eso se construyen discursos y puestas en escena que son de alto impacto y que los medios de comunicación siguiendo la lógica de dar lo que el público quiere, terminan registrando con amplio despliegue.

En la época moderna, donde la política ha seguido un camino hacia la personalización y los programas de los partidos han dado paso de manera clara hacia los candidatos, los medios de comunicación cumplen un rol determinante. Es fuera de lo común que los noticieros registren información que provenga desde instituciones, sin tener el apoyo de la persona que las representa.

Es decir: los partidos no emiten información atrayente si no está al lado el responsable que pueda encarnar la cercanía con la gente. En la cotidianidad compleja, donde la explosión de medios ha hecho

que se ofrezcan múltiples canales por los que se entrega un mensaje, el ciudadano prefiere recibirlo de manos de una persona, con la que pueda identificarse (Marcinkowski y Greger, 2002).

Lo anterior tiene relación con el viraje que han dado algunos partidos en el mundo, en los que la conducción de los mismos salió de las manos de las familias tradicionales o los clanes políticos que usualmente los controlaban y dio paso a nuevas figuras con las que la gente se identifique. Dirigentes de clase media, que tienen una historia de éxito personal, son los que deciden en este tipo de partidos, el rumbo que toman.

Sin embargo, puede caerse en la desviación de lo bueno que inicialmente se logró con ponerle rostro a la política. En América Latina, sobre todo en los últimos años, hay una ola de dirigentes que se han convertido en símbolos del momento político que se vive y no se ha dejado que las estructuras partidarias los reemplacen o formen nuevos liderazgos. Incluso, los partidos que los respaldaron para llegar por primera vez, prefieren mantenerse a la sombra de ellos, o más allá: se crean colectividades que representan la personalización de ese dirigente exitoso para trasladar algo de su prestigio a otros políticos.

Al final terminan convirtiéndose en fenómenos de masas, contruidos desde los medios de comunicación, con un alto dominio de los mismos. Ejemplos como los de Hugo Chávez en Venezuela, Rafael Correa en Ecuador o Álvaro Uribe en Colombia, dirigentes hábiles en el uso de los medios, demuestran la ascendencia que puede tenerse sobre el electorado si hay un buen manejo de discurso y lenguaje mediático.

En este mismo sentido, los dirigentes políticos que están sometidos a la necesidad de hacerse visibles para posicionar una campaña electoral, buscan crear relaciones con medios de comunicación nacionales o locales, dependiendo de su estrategia. Porque de esta manera los medios harán parte de su propia agenda y no los sentirán como enemigos como se perciben en algunas agrupaciones partidistas (Dinatale y Gallo, 2010).

Inclusive, los medios de comunicación empiezan a proliferar en algunos países latinoamericanos como Venezuela, Bolivia y Ecuador, desde el nicho comunitario. Con una financiación estatal se crean a lo largo y ancho de estos países una red de emisoras comunitarias que replican información política.

No puede establecerse con exactitud cuántas radios de esta naturaleza hay en los países citados, pero fuentes de prensa aseguran que a 2013 sólo en Venezuela existen aproximadamente 3.000 estaciones, lo que habla de la importancia que se le da desde el sector público a los medios de comunicación.

Este tipo de relación, que es sin duda utilizada por los partidos políticos de los gobiernos en medio de las campañas electorales, tiene dos ópticas: la primera, que defienden los promotores del esquema y tiene que ver con la cobertura no sólo para esos temas sino para fines educativos y de creación de cultura en regiones del país donde antes no había la posibilidad de llegar.

Y la segunda, usada de manera sistemática por los partidos opositores, en la que se critica la utilización indebida de recursos del Estado para promover partidos políticos en específico.

Independientemente de la respuesta que puede darse hacia las dos posturas, éstas evidencian la capacidad de comunicar que tienen los medios no masivos en algunos países e incluso la efectividad que presentan al transmitir mensajes de interés seleccionado a un nicho de población específico.

Si hay un mayor conocimiento de la política y cómo se comportan los actores que participan en ella, la ciudadanía tiende a involucrarse más en los procesos de elección y en hacer un seguimiento crítico a los gobernantes (Zapata y otros, 2012). Por esta razón es necesario que la política esté ligada a la comunicación, porque de esta manera se generará un proceso masivo de información.

El libro *The People's choice*, derivado de los estudios de Columbia en la década de 1960 planteó la teoría de la selección de medios afines a la tendencia personal de cada consumidor. Es decir: muy probablemente los ciudadanos que siguen un partido con tendencia conservadora buscarán medios de comunicación que se hayan caracterizado por presentar las noticias con ese sesgo, como ya se dijo en este trabajo.

Siendo así el proceso, existe una mayor influencia de los medios sobre los ciudadanos y explica por qué las personas van priorizando medios o periodistas y se genera con ellos una relación de confianza, como la que se planteó ideal entre la misma ciudadanía y sus dirigentes.

Los periodistas son actores del proceso informativo que encuentran en el enfoque de la noticia su manera de destacar sobre sus propios pares, y los que tienen la oportunidad de sentar posiciones propias (columnistas de opinión), conservan su misma línea de pensamiento que entra en consonancia con un nicho determinado de la población que los sigue.

Sin embargo, ante la falta de conocimiento del detalle de la política y de los mecanismos por los que ésta se mueve en la sociedad, los ciudadanos relacionan sus afinidades con elementos de coyuntura que los tocan en el día a día.

La dificultad de que un número importante de posibles electores tenga claridad sobre las propuestas que hace un candidato determinado o sobre la concepción ideológica de un partido, radica en que la información que tradicionalmente se ha presentado sobre la política está alejada de los intereses comunes y al contrario, parece reservada a unos pocos que tengan la capacidad de comprender términos dificultosos o recordar nombres de dirigentes públicos.

Al contrario, cuando existe algún grado de exposición a información sobre este tipo de procesos políticos, bien sea campañas electorales o el ejercicio del gobierno, hay mayor sintonía con los generadores de noticia, e incluso mayores niveles de atención a lo que se dice en los medios (Martín y Berganza, 2001).

Aún, más allá de lo que se ha planteado: también influye en la toma de decisiones, no sólo la calidad de noticias a las que se haya estado expuesto en medio de la campaña electoral, sino la cantidad de programas que se hayan seguido¹⁸.

De igual manera se reafirmó la transversalidad de factores que definen la intención de participar y se clarificó que los medios, si bien son importantes de manera directa, hay otros como el entorno social que también terminan siendo influenciados por los generadores de noticias, y que revisten elementos determinantes como la confianza.

La función informadora de los medios de comunicación cede, en algunos casos, terreno a otros que pueden ser vistos como distractores, pero en realidad son condicionantes para la supervivencia del medio y no hay que perder de vista que los informativos son primero que todo empresas que en muchas ocasiones prefieren hacerse al lado de alguna agrupación política con tal de garantizar su subsistencia.

Cuando logran dejar a un lado este tipo de cuestionamientos y son vistos por la ciudadanía como generadores de noticia, cumplen una tarea fundamental en la campaña, cual es la de situar las noticias que producen los candidatos entre los diferentes grupos sociales y éstos a su vez convierten la información aparecida en un medio en algo incontrastable, debido a la confianza que genera algo transmitido por legitimadores (Boomgaarden y Vliegenthart, 2009).

Este tema lleva a preguntarse ¿realmente cuál es la función de los medios de comunicación?

Porque podría decirse que al ser constituidos como empresas dependientes de grandes grupos de capital (que además necesitan ser parte de

¹⁸ Esto se determinó en una investigación conducida desde las universidades Carlos III y de Alicante en 1996 en la que se comprobó lo que ya se planteó varias veces en este trabajo en cuanto a consumo de medios afines.

ellos para tener una amplia cobertura), la primera de todas las labores es dar los réditos necesarios para mantener el aparato de producción.

Sin embargo, la discusión se amplía cuando entra la connotación de comunicación social y se ve que más allá de cumplir con objetivos financieros, los medios tienen una responsabilidad en el proceso de formación de ciudadanía (Puerta y otros, 2006).

Los medios son entonces instrumentos de entretenimiento como se mencionó en este trabajo, pero también son mediadores en el proceso de interacción de los dirigentes públicos y la sociedad, es decir son intermediarios entre la política y la ciudadanía. Lo anterior no riñe con la irrupción de las redes sociales que se han convertido en puente que une los mismos actores referidos en este párrafo.

Lo que hay que considerar en este último aspecto es la penetración de las nuevas herramientas, que si bien su proceso ha estado caracterizado por la velocidad de llegada a los públicos objetivos, aún no logran incorporarse a la totalidad de la población, o al menos a un porcentaje que pueda competir con la aceptación que tienen los medios masivos como la televisión.

Y no es sólo la capacidad de convocatoria que tienen los medios desde lo electoral, sino lo que se ha demostrado en la realidad: la movilización que logran producir en el terreno social, y con esto no se hace referencia sólo a la participación en mítines o revueltas en la calle (que las ha habido con bastante afluencia), sino al proceso reflexivo que debe tener toda sociedad en relación a lo público.

Hay una crítica permanente a los medios de comunicación y a lo que representan en el sentido de señalarlos como culpables de distorsión de la realidad y de acomodar así la verdad a los intereses políticos o económicos de sus propietarios y directores. Las funciones de estas empresas tienen consecuencias independientemente de a qué propósitos sirvan y eso es lo que motiva a su estudio permanente (Sánchez, 1997).

Hay razones para que el estudio sea constante, porque si algún actor social ha demostrado que tiene movilidad y que puede acomodarse a diversos estilos es el proceso informativo de los medios de comunicación. Las pautas para estructurar un noticiero hoy son la consecuencia de la evolución desde el inicio de este tipo de programas.

Pero, dentro de la cadena de trabajo de los medios, para el tema que ocupa este libro, es necesario detenerse en los receptores del mensaje, que serán los que en últimas puedan verse influenciados para acudir a las urnas y tomar la decisión de acompañar a determinado candidato que tenga el aval o el señalamiento del medio que sigue.

Los mensajes que se entregan desde un medio masivo, tienen formas de llegar diferentes y los elementos que harán atractivo que una persona en particular acepte el mismo mensaje que para otros no tiene importancia, hacen parte de la sociología y del entorno que se ha planteado en este escrito.

Hay claridad en que el ciudadano, que actúa como receptor del mensaje a su vez tiene funciones de censor, es decir, él mismo es el que determina qué tipo de información recibe (Jensen y Jankowski, 1993). Y esto último hace que la escala de prioridades cambie para los emisores desde la fuente: los políticos.

Los medios, por las presiones que se han demostrado, ligadas a los intereses de poder empresarial o político dejarán que algunas informaciones pasen a través de sus noticieros, pero eso no garantizará que el mensaje que se quiera transmitir desde la campaña o del gobierno, movilice a la gente.

Incluso más allá: el hecho de que la noticia salga publicada no garantiza que tenga el impacto deseado en los posibles electores.

Lo que tendrían que garantizar los emisores del mensaje de campaña es que de alguna manera éste sea conexo con los intereses particulares del grupo al que se quiera llegar, de esta manera los receptores categorizados en ese segmento, prestarán su atención a lo que dice el

político a través de un medio de comunicación, que sólo facilita el proceso de transmisión, pero nunca puede forzar los intereses creados que tenga la ciudadanía.

Y es que la necesidad de mantener los estudios actualizados es válida en tanto que la opinión pública no ha podido ser descrita de manera clara, es una masa amorfa, con características más individuales cada vez, además de difusa. Incluso las investigaciones apelan a describir la mayoría de los nichos, pero por la volatilidad de los mismos medios es difícil identificar segmentos que perduren en el tiempo.

Lo que puede interesar hoy a los jóvenes, dejará de ser foco de atención para ellos mismos si en la oferta de coyunturas y formatos que ofrecen los medios surge una nueva tendencia (Mateos y Moral, 2006). Lo anterior se evidencia en los programas de formato periodístico y en los populares 'realities' shows que han inundado las pantallas de los televisores y son el tema de comentarios en el resto de los medios, a fuerza.

Pero, entonces, ¿la opinión pública no es racional? En algunos casos podría decirse que no puesto que sigue los dictados de los medios tal como éstos se los presenta y acepta en una mayoría las noticias que se transmiten. Sin embargo Habermas (1981) plantea que los debates a los que se ve sometida, le dan un cariz racional y que generalmente las decisiones a las que se llegan hacen parte de un acuerdo interno, ratificando lo que se planteó algunos párrafos más arriba.

Lo paradójico es que siempre hay un punto de partida para los debates y al llegar a los mismos, los ciudadanos lo hacen con una postura definida y unos argumentos que defienden. En mayor medida algunos que otros, dependiendo de los intereses que tengan.

Así como tienen posturas asumidas de entrada, también es cierto que esas son creadas de manera directa o indirecta por los medios de comunicación; en el primero de los casos por la entrega directa de noticias y la segunda por la transmisión de éstas a través de públicos que son cautivos de los noticieros y a la vez cercanos a quien las recibe.

De esta manera la ciudadanía ejerce control sobre lo que ocurre a su alrededor, incluso teniendo esa clara incidencia de los medios. De alguna forma, los transmisores del mensaje político cumplen su tarea al situarlo en las personas que tendría posteriormente la capacidad de tomar alguna acción, bien sea con el voto que llevan al poder a determinado partido o con las protestas que limiten el acceso a éste de otros más.

Sobre este proceder de la opinión pública en su papel de control, toman una importancia relativa las diferencias entre sociedades, porque los controles que se ejercen varían dependiendo del nicho que actúe. Lo que se busca es que toda la sociedad esté junta como masa, de eso se trata el componente ciudadano, que las personas que habitan en determinada región respondan a los mismos parámetros de organización.

Para eso se hacen las leyes y para eso existen códigos de conducta que sirvan como contenedores en el proceso de control, de manera que no se estigmatice a un colectivo por pensar diferente, pero tampoco se toleren ambigüedades que pueden considerarse salidas de contexto.

Todo esto va creciendo de manera natural y las opiniones que expresa la mayoría van trascendiendo y toman fuerza en tanto que son más difundidas a través de los medios de comunicación de masas, pero también del *voz a voz* que puede ser catalogado como un medio de información, que además es bastante efectivo.

La ciudadanía entonces, de manera organizada, recoge las opiniones expresadas sobre algún tema determinado y las convierte en parte de su devenir social, a la vez que se crean con base en este tipo de posiciones, posturas y una historia común.

De esta misma manera crece la libertad de expresarse en esa misma sociedad, sobre las posturas que ya se consideran aceptadas, sin que se tenga miedo o que exista posibilidad de alguna coerción. El poder necesario para ejercer algún tipo de coacción lo tendrían los legitimadores, la élite, y éstos al verse respaldados por lo que dictan los medios, se abstienen (Sánchez, 1997).

El riesgo que puede correrse en esta espiral de decisiones de la opinión pública es que un núcleo de poder vaya más allá y pretenda confeccionar una realidad que esté a la altura de sus necesidades. Bien podría servir este propósito para una campaña electoral, en la que se magnifique de manera artificial un problema social al que se relacione al candidato con su solución.

Los medios podrían, si así lo quieren por estar al servicio de una campaña, limitar el debate que se debe generar en este tipo de contiendas y presentar sólo una parte de los hechos que beneficien al partido que represente los intereses que se defienden para el momento que vive la región o el país.

No toda realidad es susceptible de generar reacciones de parte de la ciudadanía, las noticias que emiten los medios de comunicación dejan de tener novedad en tanto que día a día transmiten las mismas informaciones. Se va creando una reacción neutral de parte de la ciudadanía y la atención que deberían prestarse a temas realmente importantes no se produce.

Los medios sirven para crear esa atmósfera en la que la ciudadanía se enterará de las noticias y eventualmente irá a la acción por algo que ellas logren mover, pero también será el espacio en el que los políticos se retroalimenten de lo que ocurre en la sociedad que esperan gobernar (Gomis, 1991).

La responsabilidad política de los medios empieza desde el momento en que tienen que seleccionar las noticias que van a presentar, el comité que prioriza unas informaciones sobre otras, tiene un componente político, y con esto no se hace referencia a que necesariamente ese grupo de personas o ese editor hagan la selección basados en su idea de ayudar una determinada candidatura o un gobierno, sino que es algo de lo que no tendría control absoluto, es compartido, porque independientemente de cuál sea su elección, la importancia que se le dé a las noticias cuando estén al alcance de todos, va a estar determinada realmente por la opinión pública.

Lo importante en todo este proceso no es entregar noticias por cumplir el papel de informadores, esa no es la verdadera función de los periodistas o de los medios; lo realmente trascendental es entender que cada actor en medio de las campañas electorales tiene agendas diferentes (Qualter, 1994) y que cada uno va a tratar de incidir en qué tipo de información conviene más que se publique para sus propios intereses. Los medios cumplen una función de control social, pero a la vez regulan que ninguno de esos actores tenga la capacidad de definir la cantidad y el tipo de noticias.

2.5. A modo de conclusión

El repaso por las escuelas de Columbia y Michigan descritas en los párrafos precedentes, perfiló cómo las actitudes de los ciudadanos frente a su relación con la sociedad en general y con la política específicamente, son factores que permiten definir condiciones que tendría que tener un ciudadano para tomar la decisión de participar o abstenerse.

Las teorías que exponen cada una de esas escuelas han sido probadas en diferentes coyunturas, tanto en niveles de elección, como en culturas y grupos de personas; y si bien no agotan el debate, permiten acercarse de manera clara a las posibles causas por las que un ciudadano toma la decisión de votar o de abstenerse.

En las páginas siguientes, se comprobará a través de los estudios cuantitativos reseñados, la incidencia que tienen las variables enunciadas sobre la decisión de votar o no a la que podrían llegar los ciudadanos.



3. ABSTENCIÓN EN COLOMBIA

En este capítulo se analizará la abstención en Colombia como eje de este trabajo y se seguirá su evolución en elecciones sucesivas que muestren cómo cambia de una jornada a otra. Igualmente se analiza la diferencia de resultados en elecciones de carácter nacional y regional.

Para ello se comparan los resultados de votación por partido elección tras elección desde 1990 hasta 2014 en el Congreso. Así se muestran las variaciones en el modo de distribuirse la preferencia partidista en los últimos años. Después de lo cual, se comparan los resultados de las cuatro últimas elecciones locales en las ciudades usadas en el modelo estadístico de este libro: Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla.

Colombia es un país con una media de abstención alta, en comparación con América Latina (en este capítulo se compararán los países de la región) y pese a discusiones en el Congreso¹⁹ se mantiene la libertad personal de acudir o no a las urnas, no hay voto obligatorio. Participar o no es una decisión que tiene la ciudadanía y que hace parte de su comportamiento como parte de una sociedad.

En este sentido, una de las interpretaciones que se le da a la abstención es que a través de ella se genera una voz de protesta de una parte de la ciudadanía, que tiene el derecho legal de no participar (Delgado, 1997). Aunque acudir a las urnas es demostrar interés en la construcción de ciudadanía y es el acto definitivo por el que las personas se

¹⁹ El senador Juan Carlos Vélez Uribe, del Partido de la U propuso en su segundo período legislativo 2010-2014 la obligatoriedad del voto.

expresan sobre temas coyunturales o afinidades políticas; lo contrario también puede ser tratado como un acto, no como falta de acción.

3.1. Abstención a nivel nacional

Colombia presenta niveles de abstención que superan la media de los observados en la región a la que pertenece, niveles que se han sostenido en el tiempo, con algunas leves tendencias a la baja cuando la coyuntura proyecta elecciones reñidas (cuadro 7).

Cuadro 7. Evolución de la participación electoral en elecciones presidenciales*

AÑO DE ELECCIONES / PRESIDENTE ELEGIDO	PARTICIPACIÓN VOTOS EMITIDOS (VÁLIDOS, NULOS, NO MARCADOS)	PARTICIPACIÓN PORCENTAJE	ABSTENCIÓN PORCENTAJE
2014 / Juan Manuel Santos 2	15'794.940	47.89%	52.11%
2010 / Juan Manuel Santos 1	13'741.198	44.33%	55.67%
2006 / Álvaro Uribe 2	12'445.361	45.05%	54.95%
2002 / Álvaro Uribe 1	11'643.939	46.47%	53.53%
1998 / Andrés Pastrana	12'274.923	58.85%	41.15%
1994 / Ernesto Samper	7'379.884	43.34%	56.66%
1990 / César Gaviria	6'047.567	43.4%	56.6%
1986 / Virgilio Barco	7'229.937	46.3%	53.7%
1982 / Belisario Betancur	6'840.362	49.8%	50.2%

*Los datos corresponden al *ballotage* (segunda vuelta) cuando lo hubo.

Elaboración propia con datos de la Registraduría Nacional.

La decisión de votar o no, si bien está anclada en una serie de factores individuales, como pretende demostrarse en este libro, hay elementos del entorno que sobresalen en una descripción de la participación electoral a partir de datos agregados. Por una parte, destaca la diferencia que hay entre votantes rurales y urbanos: en el primero de los

casos, los niveles de participación para las elecciones legislativas de 2014 fue de 49%, mientras que en sectores urbanos, el porcentaje desciende 10 puntos para la misma elección.

El tamaño del país trae facilidades de movilidad y eso genera mayores opciones de acudir a las urnas (Delgado, 1997). El gobierno colombiano impulsó desde la década de los 90 del siglo pasado un sistema de elecciones donde los puestos para sufragar se ubican cerca a la residencia de los electores, en escuelas públicas, iglesias o centro comunales; y esto ha significado nuevos lugares de votación para los municipios que contienen voto rural.

Si bien lo anterior no hace parte del análisis particular de este trabajo, es una variable interesante de conocer en tanto el votante tiene cada vez más connotaciones urbanas²⁰, aun cuando permanezcan en municipios alejados.

En otros países de la región, con tasas de abstención rural elevadas como El Salvador, la autoridad electoral determina el sitio al que se debe acudir, y en muchos casos ese reparto está determinado por el número del documento de identificación, lo que no garantiza votar cerca a casa.

Por otra parte, aunque pueden determinarse patrones de abstención en una sociedad, de nivel nacional o subnacional, cada elección tiene elementos coyunturales que propician una mayor o menor participación. Por ejemplo en Colombia las elecciones donde las últimas encuestas antes de la jornada determinaban cercanía entre dos aspirantes o se veía polarización extrema en la campaña; la ciudadanía acude en mayor número a votar.

Una prueba de esto se presentó en 1998 cuando Horacio Serpa y Andrés Pastrana disputaron la presidencia de la República y las encuestas

²⁰ Acceso a educación, mayores opciones de socializar a través de la presencia de medios de comunicación y redes sociales e interconexión con el resto del país a través de obras físicas y conectividad virtual.

daban al primero 34,5% y al segundo 34,3%: acudió a las urnas el más alto porcentaje de colombianos habilitados para votar en los últimos años, incluso esa polarización y margen tan cerrado aumentó en unos puntos más la participación en la segunda vuelta (*ballotage*).

Si bien las elecciones de carácter nacional a cargos unipersonales, como las presidenciales, tienen mayores niveles de presencia tanto mediática como de funcionamiento de redes clientelares y podrían despertar mayor interés de la ciudadanía, las cifras de participación son menores que las unipersonales regionales (ver cuadros 8 y 11).

Cuadro 8. Evolución de la participación electoral en las elecciones presidenciales, desagregada por departamentos

DEPARTAMENTO	2002	2006	2010	2014
Amazonas	42,36%	39,99%	40,42%	39,34%
Antioquia	46,88%	46,65%	45,56%	47,97%
Arauca	25,56%	38,28%	37,99%	47,99%
Atlántico	35,23%	31,28%	27,23%	41,42%
Bolívar	34,00%	32,30%	35,05%	37,96%
Boyacá	54,71%	54,91%	54,16%	54,88%
Caldas	52,58%	51,86%	51,09%	53,74%
Caquetá	24,79%	31,13%	34,74%	41,43%
Casanare	49,60%	58,68%	62,46%	59,16%
Cauca	38,91%	42,73%	37,83%	50,48%
Cesar	40,51%	41,95%	39,55%	48,63%
Chocó	33,44%	34,27%	35,03%	35,72%
Córdoba	46,28%	42,16%	39,19%	52,29%
Cundinamarca	53,85%	56,03%	55,28%	55,69%
Bogotá D.C.	55,81%	52,37%	50,46%	50,57%
Guainía	28,85%	27,97%	33,39%	36,11%
Guajira	30,44%	28,75%	29,06%	33,14%
Guaviare	20,98%	30,85%	35,76%	41,91%
Huila	44,29%	47,24%	49,17%	50,89%

DEPARTAMENTO	2002	2006	2010	2014
Magdalena	40,40%	36,38%	37,95%	45,23%
Meta	45,52%	48,88%	52,51%	54,12%
Nariño	37,33%	41,95%	42,89%	51,60%
Norte de Santander	45,70%	42,48%	44,52%	46,46%
Putumayo	29,10%	36,11%	39,55%	45,37%
Quindío	54,98%	51,89%	50,41%	53,27%
Risaralda	50,07%	49,13%	50,95%	52,64%
San Andrés Islas	29,39%	29,28%	25,35%	24,04%
Santander	57,29%	51,27%	47,55%	53,25%
Sucre	43,46%	43,62%	41,87%	53,36%
Tolima	44,89%	45,58%	50,16%	51,52%
Valle	43,45%	40,65%	42,22%	42,87%
Vaupés	26,12%	25,37%	26,93%	30,27%
Vichada	24,30%	23,86%	26,04%	31,78%

Elaboración propia con datos de la Registraduría Nacional.

Cuadro 9. Evolución de la participación electoral en las elecciones de Congreso, desagregada por departamentos

DEPARTAMENTO	2002	2006	2010	2014
Amazonas	51,17%	51,08%	54,93%	53,46%
Antioquia	37,47%	35,89%	36,39%	39,56%
Arauca	23,15%	33,21%	35,66%	45,34%
Atlántico	48,30%	42,94%	44,80%	52,52%
Bolívar	40,98%	41,52%	42,89%	46,96%
Boyacá	50,08%	48,17%	47,67%	47,05%
Caldas	52,39%	45,72%	54,89%	48,64%
Caquetá	29,08%	26,94%	34,55%	37,25%
Casanare	48,53%	50,62%	49,37%	51,57%
Cauca	43,90%	39,79%	39,36%	42,78%

DEPARTAMENTO	2002	2006	2010	2014
Cesar	38,74%	40,12%	42,69%	46,47%
Chocó	42,23%	40,95%	32,99%	45,72%
Córdoba	52,27%	51,18%	49,79%	58,22%
Cundinamarca	45,70%	42,34%	43,98%	44,32%
Bogotá D.C.	42,13%	37,44%	37,62%	35,32%
Guainía	51,51%	46,63%	50,46%	54,08%
Guajira	42,07%	34,47%	33,92%	43,42%
Guaviare	26,33%	35,38%	49,28%	50,73%
Huila	45,34%	40,70%	44,75%	46,47%
Magdalena	51,67%	45,20%	44,09%	50,45%
Meta	42,01%	40,32%	41,84%	50,80%
Nariño	47,33%	42,85%	46,10%	51,97%
Norte de Santander	44,87%	42,74%	45,65%	46,67%
Putumayo	36,00%	33,37%	44,24%	43,71%
Quindío	51,59%	44,76%	47,45%	51,68%
Risaralda	43,08%	39,99%	43,95%	46,10%
San Andrés Islas	51,56%	47,66%	49,13%	39,83%
Santander	49,26%	44,73%	46,42%	47,30%
Sucre	54,21%	54,71%	47,20%	64,94%
Tolima	42,30%	40,52%	43,53%	46,44%
Valle del Cauca	38,01%	34,14%	39,88%	37,35%
Vaupés	39,86%	50,07%	49,13%	52,87%
Vichada	37,09%	34,80%	34,16%	46,78%

Elaboración propia con datos de la Registraduría Nacional.

En los cuadros anteriores (8 y 9) puede verse que los departamentos colombianos tienen una tendencia sostenida en el tiempo en cuanto a sus niveles de participación. Así, regiones como Risaralda y Quindío se mueven en cifras superiores al 50% de participación,

mientras que entidades como San Andrés y Guajira se acercan al 30% en las presidenciales.

Hay que tener en cuenta que dependiendo de quiénes son los candidatos que compiten y sus lugares de origen, puede verse un incremento de votación en determinados años electorales, por ejemplo en Santander cuando Horacio Serpa (oriundo de ese departamento) fue aspirante en 2002, los niveles de participación aumentaron ligeramente.

Ligado a lo anterior, los elevados niveles de abstención en el país se mantienen en el tiempo; salvo momentos coyunturales que despiertan un interés primero en los medios de comunicación y luego en la ciudadanía. Esos saltos en las campañas electorales, que le imprimen particularidad a cada proceso, influyen en la media de participación y confirman el peso de los factores en cada momento político del país (Justel, 1995).

Por ejemplo, la jornada electoral a nivel nacional que mayor participación ciudadana ha tenido en los últimos años se registró en 1998 cuando Andrés Pastrana fue elegido presidente de la República y la coyuntura mostraba a un país que se había desgastado durante los cuatro años del gobierno de Ernesto Samper (1994-1998) por las acusaciones de financiación de su campaña por el narcotráfico.

Hay que recordar también en ese momento que Colombia fue des-certificada²¹ por primera vez por parte del gobierno de Bill Clinton, quien además le retiró la visa de entrada a Samper a los Estados Unidos. Elegir a Pastrana (dirigente antagónico a Samper) se convirtió en una señal para dar un viraje.

En cuanto a la relación de los colombianos con el Congreso, una institución que ahuyentaría la participación por su valoración

²¹ Medida unilateral del gobierno de los Estados Unidos en el que valoran la colaboración de terceros países en la lucha contra el narcotráfico. En marzo de 1996 se anunció la medida que fue recibida por la opinión pública como la señal de que Colombia iba camino a convertirse en un estado paría.

negativa, las cifras de desconfianza que publican las encuestas (75% de los colombianos no confía en la institución, según encuesta de Ipsos de septiembre de 2013), se han mantenido los niveles de abstención entre 54.3% y 57.09% en los últimos 15 años.

Lo anterior no ha influido negativamente y a pesar de la poca confianza que los colombianos muestran hacia el Congreso de la República como institución, se mantienen los índices de participación promedio de otras elecciones en las que las entidades por las que se interroga, tienen mayor legitimidad (como alcaldías y gobernaciones) (ver cuadro 10).

Aunque no hay claridad de las funciones que tiene el Congreso, la representación directa que los electores pertenecientes a redes clientelares asocian con sus patrones, impulsa a que a través del voto se cumpla con el principio de devolución de favores (Corzo, 2002).

Cuadro 10. Evolución de la participación electoral nacional en elecciones al Congreso de la República

AÑO DE ELECCIONES	PARTICIPACIÓN VOTOS EMITIDOS (VÁLIDOS, NULOS, NO MARCADOS)	PARTICIPACIÓN PORCENTAJE	ABSTENCIÓN PORCENTAJE
2014	14.310.367	43.58%	56.42%
2010	13.209.389	44.2%	55.8%
2006	10.793.408	45.7%	54.3%
2002	10.297.405	42.91%	57.09%
1998	9.461.218	45.7%	54.3%

Elaboración propia con datos de la Registraduría Nacional.

Hay que decir también que en este tipo de elecciones a cuerpos colegiados, donde se presenta un menor interés, debido a la poca importancia que la ciudadanía le da a estas instituciones, los partidos políticos colombianos asumen un papel más visible y se movilizan en el proceso de interacción con los posibles electores (Anduiza, 1999),

generando confianza hacia ellos y hacia el papel que podrían cumplir, más que hacia las mismas instituciones.

Si bien, este trabajo no mide particularmente el proceso de movilización desde los partidos, ni las acciones desarrolladas por ellos para atraer el voto, sí interroga por la pertenencia de los entrevistados a las colectividades políticas, y esa es una variable que se tiene en cuenta en el desarrollo del modelo. Es decir, no se medirá el impacto de la acción de los partidos, pero sí la fuerza que podría tener en el los electores (junto a otras variables de carácter individual), sentirse parte de un partido.

Lo que se viene diciendo en párrafos precedentes opera con mayor fuerza luego de las elecciones de Congreso de 2014 (particularmente Senado, que es donde miden fuerzas las colectividades, por ser circunscripción nacional.) (ver cuadro 11), en las que entró en vigencia la reforma política que incrementó el umbral al 3% y cuyos resultados demuestran cómo podría configurarse en un mediano plazo el espectro político. Vale la pena recordar la profusión de partidos luego de la constitución de 1991 y la fragmentación que eso trajo en los cuerpos colegiados.

Al ser menos los partidos habría menos dispersión y mayor claridad de lo que representa cada uno ideológicamente, e incluso en términos de *accountability* podría mejorar la relación institucional de éstos con la ciudadanía.

Cuadro 11. Participación electoral por partidos políticos en las elecciones al Senado 1990-2014

PARTIDO POLÍTICO	1990	1991	1994	1998	2002	2006	2010	2014
Partido Liberal Colombiano	58.6%	43.6%	54.0%	47.1%	30.7%	15.62%	16.67%	12.22%
Partido Conservador Colombiano	31.2%	10.4%	20.0%	14.7%	10.0%	15.98%	21.57%	13.58%
Partido de la U	NA	NA	NA	NA	NA	17.30%	27.45%	15.58%

PARTIDO POLÍTICO	1990	1991	1994	1998	2002	2006	2010	2014
Partido de Integración Nacional / Opción Ciudadana	NA	NA	NA	NA	NA	NA	8.82%	3.68%
Partido Cambio Radical	NA	NA	NA	NA	2.5%	13.17%	7.84%	6.96%
Polo Democrático	NA	NA	NA	NA	NA	9.52%	7.84%	3.78%
Partido Verde	NA	NA	NA	NA	NA	NA	4.90%	3.94%
MIRA	NA	NA	NA	NA	NA	2.58%	2.94%	2.28%
ASI	NA	NA	NA	NA	NA	1%	0.99%	0.23%
Centro Democrático	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	14.29%
Otros	9.9%	31%	25%	33.9%	45.2%	17%		

NA: No Aplica, porque los partidos referidos no existían en ese año.

Elaboración propia con datos de la Registraduría Nacional.

En las elecciones para Cámara de Representantes, si bien es una circunscripción limitada a cada uno de los departamentos, tiene una lógica de acción nacional. Los congresistas tienen más lejanía con los ciudadanos que las autoridades locales y eso se observa en los bajos niveles de participación de la ciudadanía, como se detalla en el Mapa 1 que recoge los porcentajes de participación en marzo de 2014.

En Colombia particularmente la abstención hace parte del ordenamiento electoral en tanto la legislación que regula las revocatorias del mandato de los gobernantes en ejercicio determina que ésta se hará efectiva sólo si participa el 55% de los ciudadanos que votaron en las elecciones en las que fue elegido el dirigente que se pretende revocar²².

En ese sentido, quienes se abstienen como opción en un ejercicio democrático de esta naturaleza estarían alentando que con su no presencia que no se llegue al porcentaje necesario estipulado en la ley.

²² Reglamentada por la Ley 134 de 1994.

Mapa 1. Nivel de participación, Elecciones Cámara de Representantes 2014 por departamento



Elaboración propia con datos de la Registraduría.

Esa libertad es un acto que expresa voluntad (Justel, 1995), y de la manera cómo se expresa determina resultados: hay dirigentes que toman partido en las campañas de revocatoria pidiéndole a sus seguidores, no que voten por el NO, que debería ser la opción lógica si quiere mantenerse a un determinado político en el poder, sino absteniéndose de participar.

De otro lado la abstención puede tener una correlación en Colombia con la falta de interés que la ciudadanía tiene en asuntos políticos²³, siendo ésta la variable agregada más importante para predecir la participación (Lapop, 2012). Al no existir interés, de consecuencia se genera falta de información y desafección frente a lo que sucede en procesos electorales o en el ejercicio del gobierno. Esta suma de factores tendría como resultado que jornada tras jornada, se disminuya el número de participantes y se generen niveles más altos de abstencionismo (Flanigan y Zingale, 1994).

3.2. Abstención a nivel regional y local

A nivel regional la abstención en Colombia desciende con respecto a las elecciones de carácter nacional, incluso si comparamos las presidenciales con las de autoridades locales. Al existir una mayor cercanía del candidato y de los líderes partidarios en cada una de sus regiones al cuidado de su clientela, ésta responde de manera más efectiva.

Es mayor el conocimiento de la trayectoria de los políticos y se crea una relación cercana, lográndose un sistema de recompensas de dirigentes a ciudadanos y eso inevitablemente hace que el interés en la política como variable que puede afectar la participación, aumente. Podría decirse que en las elecciones a nivel subnacional en Colombia, este

²³ Barómetro de las Américas dice que sólo el 24% de colombianos se interesan en temas políticos.

factor condiciona no sólo la abstención sino que determina el nivel de participación.

Sin embargo hay diferencias entre ciudades, que responden a las condiciones socioeconómicas de cada una de ellas y a la desafección que se siente hacia las instituciones políticas (ver cuadro 12). Por ejemplo en Medellín -que tiene el nivel más bajo de abstención-, de los últimos alcaldes que se han presentado, dos lo han hecho por fuera de los partidos políticos y uno si bien avalado por el Partido Liberal, lo hizo en coalición con una suma de fuerzas independientes.

Cuadro 12. Comparativo evolución de la participación entre las cuatro ciudades del modelo en sus elecciones de alcalde 2000-2011

CIUDAD	2000	2003	2007	2011
Bogotá	44,79%	43,50%	47,83%	47.41%
Medellín	43,1%	45,5%	52,84%	50.69%
Cali	39,6%	37,94%	45,34%	42.84%
Barranquilla	49,2%	41,88%	44,25%	47.44%

Elaboración propia con datos de la Registraduría.

Se ve claramente una tendencia al alza de la participación ciudadana en las cuatro ciudades, en las dos últimas elecciones; observándose en Medellín de manera más marcada esa ruptura con la tendencia anterior. Sin embargo hay que decir que la única que aumentó de una elección a otra en la última jornada fue Barranquilla.

En Medellín, una de las cuatro ciudades analizadas en este trabajo, los alcaldes se elegían en promedio con 100.000 votos, con candidatos que representaban el bipartidismo que había gobernado la ciudad desde cuando las autoridades eran designadas por el gobernador del Departamento.

En el año 2000 se generó una ruptura en el proceso de participación, que si bien no redujo los niveles de abstención, sí generó un interés

marcado en Sergio Fajardo -uno de los candidatos- que logró incrementar hasta 208.000 el número de votos que se depositaron por él. En esa ciudad se repite la constante colombiana de aumentar niveles de participación sólo ante coyunturas determinadas.

En 2007 y 2011 cuando las encuestas mostraron una reducción de la diferencia que se llevaban los dos aspirantes más opcionados y se conocieron diferencias marcadas entre firmas encuestadoras, los niveles de participación definitiva en la jornada electoral estuvieron entre 5 y 7 puntos por encima de la media de los últimos años (ver cuadro 13).

Cuadro 13. Evolución de la participación ciudadana en Medellín

AÑO DE ELECCIONES / ALCALDE ELEGIDO	VOTOS EMITIDOS (VÁLIDOS, NULOS, NO MARCADOS)	PARTICIPACIÓN PORCENTAJE	ABSTENCIÓN PORCENTAJE
2011/ Aníbal Gaviria Correa	677.401	50.69%	49.31%
2007/ Alonso Salazar Jaramillo	620.056	52.84%	47.16%
2003/ Sergio Fajardo Valderrama	456.384	45.5%	54.5%
2000/ Luis Pérez Gutiérrez	372.807	43.1%	56.9%

Elaboración propia con datos de la Registraduría Municipal.

Habría que analizar también en un posterior estudio qué tanto de la valoración positiva que la ciudadanía tenía de la alcaldía de Sergio Fajardo²⁴, pudo haber incidido en el aumento de participación en la elección siguiente. La cercanía que tiene el ciudadano de las instituciones locales y su calificación positiva lleva a comportamientos determinados en lo electoral (Delgado, 1997), que en la suma de los dos factores podría traducirse en un voto premio.

²⁴ Alcanzó niveles de 90% en septiembre de 2006, según Gallup.

Lo anterior podría verse también como la necesidad de impedir un cambio en el modelo de gobernanza en la ciudad, en el que los electores al entender que su participación a través del voto podría incidir en ese cambio, se movilizan en mayor porcentaje. Al reconocer que su acción traería una consecuencia el posible votante define de manera más clara su intención de cumplir su deber cívico (Justel, 1995).

También hay que plantear que la ciudadanía al reconocer más cercanos a los mandatarios de sus ciudades, al verlos en eventos públicos, reconocer sus lugares de trabajo y sentir de primera mano sus acciones de gobierno, cabría la opción de generarse estímulos y por eso se nota cierta ventaja en participación a nivel local sobre la nacional.

Mientras la media de las tres últimas elecciones locales en una ciudad como Medellín arrojan el 49,6% de participación, a nivel nacional el promedio de igual número de jornadas electorales se acerca a 45,25%. Una diferencia de cuatro puntos que términos de ciudadanos votando demuestra la realidad de la cercanía hacia los dirigentes locales.

Cali, por su parte, ha tenido una desafección hacia la política determinada por la incapacidad de sus autoridades de hacerle frente al proceso de baja ejecutoria de parte de sus gobernantes y al reparto milimétrico que el bipartidismo logró en las entidades públicas, lo que a pesar de tener las potencialidades de expansión e incluso disputar el segundo lugar como ciudad en el país, se relegó frente a Medellín.

La abstención en Cali ha sido marcada en las últimas elecciones más que el promedio nacional e incluso si se compara con las otras tres ciudades analizadas en este estudio, se puede inferir que la apatía frente a la política ha conseguido alejar de las urnas a una buena parte de sus ciudadanos.

Es importante aclarar que en este trabajo no se analiza la desafección como causa de la abstención (sí se analiza, por el contrario, la identificación que la gente tiene con la política); en este sentido hay que decir que los motivos señalados en párrafos precedentes pueden

corresponder a una posible explicación que se deja planteada para futuras investigaciones.

La abstención generada por la apatía puede incluso ser más determinante que la abstención como medio de protesta (Anduiza y Bosch, 2004), a la que ya se ha referido este trabajo al explicar el proceso de la revocatoria del mandato.

Cuadro 14. Evolución de la participación ciudadana en Cali

AÑO DE ELECCIONES / ALCALDE ELEGIDO	VOTOS EMITIDOS (VÁLIDOS, NULOS, NO MARCADOS)	PARTICIPACIÓN PORCENTAJE	ABSTENCIÓN PORCENTAJE
2011/ Rodrigo Guerrero Velasco	631.760	42.84%	57.16%
2007/ Jorge Iván Ospina Gómez	598.886	45.34%	54.66%
2003/ Apolinar Salcedo Caicedo	456.057	37.94%	62.06%
2000/John Maro Rodríguez Flórez	433.214	39.6%	60.04%

Elaboración propia con datos de la Registraduría Municipal.

Contrario a lo anterior, puede verse un aumento en la participación en Bogotá, una ciudad que en las últimas elecciones ha mostrado mayor interés en los procesos y ha premiado con su voto a representantes de movimientos alejados del bipartidismo tradicional colombiano.

En el cuadro 15 se pueden ver los datos de las cuatro últimas elecciones en los que no hay variaciones significativas y la participación es similar a la media, pero si esas cifras se miran a la luz de las elecciones anteriores se observa un aumento importante.

En las elecciones de 1992, cuando resultó elegido Jaime Castro a nombre del Partido Liberal, participó el 24,78% de los ciudadanos habilitados y en 1997 cuando los bogotanos eligieron por primera vez a Antanas Mockus, la participación fue de 29,77%.

Cuadro 15. Evolución de la participación ciudadana en Bogotá

AÑO DE ELECCIONES / ALCALDE ELEGIDO	VOTOS EMITIDOS (VÁLIDOS, NULOS, NO MARCADOS)	PARTICIPACIÓN PORCENTAJE	ABSTENCIÓN PORCENTAJE
2011/ Gustavo Petro	2'325.374	47.41%	52.59%
2007/ Samuel Moreno Rojas	2'093.855	47.83%	52.17%
2003/ Luis Eduardo Garzón	1'706.761	43.50%	56.5%
2000/ Antanas Mockus Sivickas	1'600.843	44.79%	55.21%

Elaboración propia con datos de la Registraduría Municipal.

En esta misma línea, en las elecciones de autoridades que tendrán acción en los departamentos y que sus obras podrán palpase en el día a día, los ciudadanos acuden en mayor medida a las urnas y si bien hay algunas diferencias entre estas mismas unidades regionales, se aprecia en el Mapa 2 un aumento de los niveles de participación con respecto a los del Mapa 1.

Si bien es cierto que los electores son los mismos reseñados en los mapas anteriores, porque depositan su voto dentro de una misma circunscripción, los intereses y su relacionamiento con la política es diferente, dependiendo de la interacción que sientan tendrá con ellos el candidato al que van a elegir.

3.3. Colombia es diferente a América Latina²⁵

América Latina es una región heterogénea que, si bien ha pasado por las mismas crisis y podría decirse que los escenarios sociales de sus

²⁵ Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, El Salvador, Honduras, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

Mapa 2. Nivel de participación, Elecciones locales 2011 por departamento



países son similares, las coyunturas particulares definen la relación de los ciudadanos de cada nación con la política. Si se revisa la legislación electoral a lo largo del subcontinente no hay similitudes significativas que la conviertan en una región en la que pueda hacerse comparaciones, que arrojan resultados de utilidad para los investigadores.

Además, los recientes cambios a las constituciones de varios países²⁶ para permitir la reelección de los presidentes modificaron el balance de poderes entre el Ejecutivo y los demás, generando apatía y desórdenes sociales.

De la región sólo Venezuela²⁷, Colombia, Chile²⁸ y Nicaragua no tienen voto obligatorio, aunque algunos de los que sí tienen han suprimido las sanciones asociadas al no cumplimiento de su deber.

La norma en América Latina ha sido que a través de cánones de obligatoriedad constitucional, se procure una mayor participación de la ciudadanía. Sin embargo, en algunos países los resultados no han estado en sintonía con la intención, especialmente los ubicados en Centro América cuyos niveles de abstención a pesar de tener voto obligatorio, alcanzan niveles cercanos al 40%; en contraposición con los del Cono Sur que bordean el 30% o menos (Ver cuadro 16).

Cuadro 16. Participación y abstención en América Latina en elecciones presidenciales

PAÍS	ÚLTIMA ELECCIÓN PRESIDENCIAL	PARTICIPACIÓN	ABSTENCIÓN
Argentina	2011	79,38%	20,62%
Bolivia	2009	94,55%	5,45%
Brasil	2010	81,88%	18,12%

²⁶ Colombia, Venezuela, Argentina, Bolivia, Ecuador, Nicaragua.

²⁷ Tuvo voto obligatorio hasta la Constitución de 1999.

²⁸ Tuvo voto obligatorio hasta 2012.

PAÍS	ÚLTIMA ELECCIÓN PRESIDENCIAL	PARTICIPACIÓN	ABSTENCIÓN
Colombia*	2010	44,35%	55,65%
Costa Rica	2014	68,80%	31,2%
Chile*	2013	41,98%	58,02%
Ecuador	2013	81,08%	18,92%
El Salvador	2014	60,88%	39,12%
Honduras	2013	61,16%	38,84%
Guatemala	2011	60,83%	39,17%
México	2012	63,14%	36,86%
Nicaragua*	2011	58,05%	41,95%
Panamá	2014	75,5%	24,5%
Paraguay	2013	68,6%	31,4%
Perú	2011	82,5%	17,5%
República Dominicana	2012	69,76%	30,24%
Uruguay	2009	87,58%	12,42%
Venezuela*	2013	79,69%	20,31%

*No hay voto obligatorio.

Elaboración propia con datos de autoridades electorales de cada país.

Cuadro 17. Participación de capitales en elecciones de congreso en América Latina

PAÍS	CAPITAL	FECHA	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN
Argentina	Buenos Aires	Elecciones 2011	77,02%
Bolivia	Sucre	Elecciones 2014	69,61%
Brasil	Brasilia	Elecciones 2014	87,37%
Colombia	Bogotá	Elecciones 2014	35,54%

PAÍS	CAPITAL	FECHA	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN
Costa Rica	San José	Elecciones 2014	70,14%
Chile	Santiago	Elecciones 2013	49,90%
Ecuador	Quito	Elecciones 2014	82,97%
El Salvador	San Salvador	Elecciones 2012	52,34%
Honduras	Tegucigalpa	Elecciones 2013	60,14%
Guatemala	Ciudad de Guatemala	Elecciones 2014	62,13%
México	Ciudad de México	Elecciones 2012	66,68%
Nicaragua	Managua	Elecciones 2011	63,47%
Panamá	Panamá	Elecciones 2014	72,67%
Paraguay	Asunción	Elecciones 2013	72,96%
Perú	Lima	Elecciones 2011	86,55%
República Dominicana	Santo Domingo	Elecciones 2010	44,55%
Uruguay	Montevideo	Elecciones 2014	84,45%
Venezuela	Caracas	Elecciones 2010	67,11%

Elaboración propia con datos de autoridades electorales de cada país.

En el contexto latinoamericano habría que destacar el salto que dio Chile que inauguró en la elección presidencial de 2013 el voto voluntario, donde fue notorio el incremento de sus niveles de abstención. En 2012 el entonces presidente Sebastián Piñera firmó la Ley 20568 que deja en libertad a los chilenos para decidir su participación en las jornadas electorales, además que ingresa de manera automática al censo electoral a los nuevos ciudadanos.

Para contrastar la alta abstención en 2013, se pueden comparar sus resultados con la última elección presidencial, donde todavía regía el voto obligatorio (2009) en las que el nivel de participación fue de 86,94%.

Es muy notoria la similitud de los porcentajes de participación en este tipo de elecciones de corte nacional (presidenciales y de Congreso),

teniendo en cuenta la diferenciación con el poder local, donde sí varía notablemente el número de personas que acuden a los comicios (ver Costa Rica, por ejemplo); salvo en países como Colombia, donde es más parecido el nivel de votación cuando es a cargos unipersonales (sin importar si es nacional o local), que cuando los votos van a cuerpos colegiados.

Cuadro 18. Participación en elecciones locales en las capitales latinoamericanas

PAÍS	CAPITAL	FECHA	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN
Argentina	Buenos Aires	Elecciones 2011	72,01%
Bolivia	Sucre	Elecciones 2014	74,45%
Brasil	Brasília	Elecciones 2014	87,37%
Colombia	Bogotá	Elecciones 2011	47,41%
Costa Rica	San José	Elecciones 2014	23,90%
Chile	Santiago	Elecciones 2012	63,94%
Ecuador	Quito	Elecciones 2014	81,92%
El Salvador	San Salvador	Elecciones 2012	57,58%
Honduras	Tegucigalpa	Elecciones 2013	62,33%
Guatemala	Ciudad de Guatemala	Elecciones 2011	68,15%
México	Ciudad de México	Elecciones 2012	67,24%
Nicaragua	Managua	Elecciones 2008	59,62%
Panamá	Panamá	Elecciones 2014	71,36%
Paraguay	Asunción	Elecciones 2010	55,04%
Perú	Lima	Elecciones 2014	84,49%
República Dominicana	Santo Domingo	Elecciones 2010	45,72%
Uruguay	Montevideo	Elecciones 2010	83,35%
Venezuela	Caracas	Elecciones 2013	58,64%

Elaboración propia con datos de autoridades electorales de cada país.

Puede verse de manera clara que Bogotá, como la ciudad colombiana comparada con sus pares capitales de otros países de la región, ocupa un lugar relegado en cuanto a participación, al registrar una distancia frente a otras ciudades de países vecinos como Quito en Ecuador y Lima en Perú.

Se destaca también la menor participación de los electores en los comicios locales sobre los nacionales, sobre todo en Costa Rica, Paraguay y Venezuela, pero resalta un aumento en Chile en la elección de Santiago en comparación con la presidencial.

Colombia por su parte ha mantenido niveles de participación y abstención similares en las últimas elecciones presidenciales (Ver cuadro 7) y locales (Ver cuadro 12), en las que a pesar de los esfuerzos de los legisladores de crear condiciones para facilitar el acceso del votante aún no hay incentivos atractivos para acercarse a las urnas, pues al existir un beneficio que no se cuantifica como suficiente, el elector prefiere abstenerse (Anduiza, 1999).

La legislación electoral colombiana prevé los siguientes beneficios:

- Inscripción voluntaria en cualquier puesto de votación, para promover voto cerca a su casa (hay dispuestos puestos en zonas residenciales y de fácil acceso).
- Compensación de tiempo libre en media jornada laboral, con la presentación del certificado de votación.
- Descuento de 10% en matrículas para centros de educación superior públicos.
- Preferencia en caso de empate para acceso a centros de educación superior públicos.
- Preferencia en caso de empate para ingresar a cualquier empleo en el sector público.

El debate sobre el voto obligatorio se ha dado en varias ocasiones en Colombia, incluso se ha planteado la posibilidad de hacerlo de manera discriminada. Algunos juristas (Turbay, 2010) hacen notar la dificultad logística que tendría para ciudadanos de regiones apartadas

a los cascos urbanos acceder a los puestos de votación y propone una diferenciación en la que la obligatoriedad rija para ciudades de más de 15.000 habitantes.

Las elecciones presidenciales de 2014, en su primera vuelta, dieron una alerta a la desafección que hay en la ciudadanía por los procesos electorales. En primera medida, a lo largo de la campaña, el voto en blanco y los indecisos (Ver cuadro 19) se posicionaban como las opciones más viables a la hora de votar, situación que se fue decantando en la medida que la contienda tomaba forma, hasta terminar en 5.99%, (en blanco) el día de la elección.

Cuadro 19. Votos en blanco e indecisos, campaña presidencial 2014

ENCUESTA	FECHA	SUMA VOTO EN BLANCO + INDECISOS
Datexco	21 enero de 2013	30.4%
Ipsos	3 de agosto de 2013	39%
Gallup	11 de febrero de 2014	28.1%
Gallup	29 de abril de 2014	19.1%
Datexco	16 de mayo de 2014	17.9%
Ipsos	17 de mayo de 2014	12.8%

Elaboración propia con datos de las encuestadoras.

Sin embargo, a pesar de la abstención focalizada en elecciones coyunturales, la tendencia colombiana de participar en elecciones unipersonales ha sido consecuente con la latinoamericana en la que se observa incrementos sostenidos (salvo en el año 1993) de las elecciones legislativas a las presidenciales.

A pesar de lo anterior, Colombia –al igual que México– es un país que no tiene tendencias definidas (Zovatto, 2003) y las coyunturas particulares de cada elección determinan el incremento o decrecimiento del número de ciudadanos que acuden a las urnas; lo que particulariza y obliga a mirar uno a uno los procesos de estudio de

los demás países del subcontinente, en el que si bien hay crecimiento en la abstención en once países en las últimas elecciones, los niveles no son tan altos como en las votaciones colombianas.



4. CONTEXTO POLÍTICO Y SOCIAL DE COLOMBIA

Este capítulo se ocupa del contexto o entorno en el que se produce la acción individual del voto. Para ello se resumirán los principales aspectos político-institucionales del sistema político colombiano, así como los principales rasgos del contexto político-económico y social de las cuatro ciudades principales Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla puesto que son las utilizadas como casos en el análisis empírico de la participación en Colombia.

4.1. Antecedentes políticos-históricos de Colombia

Colombia ha tenido una característica reconocida en escenarios nacionales e internacionales que es la fortaleza de sus instituciones públicas (Cepeda, 2004). Desde 1991, con la nueva Constitución, se adoptaron medidas para independizar del poder Ejecutivo las decisiones que dejarían con tranquilidad a sectores como el económico, al determinar independencia en el nombramiento de la Junta Directiva del Banco de la República. También en materia de control político, disciplinario y fiscal se ha mantenido independencia del poder Ejecutivo: las cabezas de la Contraloría, la Fiscalía y la Procuraduría no son nombradas de manera directa por el Presidente de la República, aunque éste participe en la confección de las ternas por las cuales se eligen.

Así mismo, en el terreno electoral, la situación es similar: el Registrador Nacional, que es quien coordina la convocatoria y el proceso

logístico de elecciones, es nombrado dentro de un concurso de méritos vigilado por los presidentes del Consejo de Estado, la Corte Suprema de Justicia y la Corte Constitucional. Por lo tanto la credibilidad en la Registraduría es alta, en tanto ha prestado un servicio efectivo a la hora de gestionar los procesos electorales y dar los resultados. Esto último ha sido reconocido por la autoridad superior, que es el Consejo Nacional Electoral²⁹.

Lo anterior da tranquilidad porque se cumple la teoría sostenida por académicos como Pablo Santolaya (2006) quien ha dicho que mientras más alto es el nivel de desconfianza de la población frente al sistema político y los diferentes actores, mayor debe ser la independencia a la hora de vigilar los procesos electorales.

Puede hablarse en Colombia de las limitaciones que tiene un solo grupo político para ejercer poder sin control, tanto por la sociedad que se manifiesta, como por los pesos y contrapesos que obliga la Constitución; es decir no hay una figura que pueda concentrarlo todo y al contrario la concepción liberal del poder hizo que éste estuviera dividido en funcionarios y en regiones (Posada, 2006).

Sin embargo, esa fortaleza institucional ha estado supeditada a los procesos de negociación entre los diferentes poderes: las regiones, representadas en el Congreso con los ‘caciques’ que concentran el poder local, han mantenido un diálogo estrecho con el poder Ejecutivo y a través de transacciones entre ellos y los ministros, se mantiene la solidez de las instituciones (Calderón y Restrepo, 2011).

En este mismo orden de ideas, sobre el poder político que se concentra en las regiones, habría que decir que a pesar de ser una república centralista donde todas las instituciones tiene sede principal en la capital, también ha habido algunas intenciones de fortalecer la autonomía regional determinadas en la Carta de 1991.

Y en este sentido hay tres aspectos que son importantes de destacar dentro del proceso de participación ciudadana y que ayudan a centrar este texto en su objetivo fundamental: el primero la permanencia institucional de los partidos aún en el contextos de dictaduras en la región, el segundo la elección popular de alcaldes y el tercero la transformación del mapa de partidos políticos y la entrada de opciones personalistas fuera de la institucionalidad. Quizá el más importante por el salto que se dio en cuanto a modelos de desarrollo de ciudades que ha permitido nuevas formas de participación, es la elección popular de alcaldes (1988), que surgió como respuesta al inconformismo de la injerencia del gobierno nacional en las decisiones municipales.

Antes de 1988, cuando se implementó la reforma, los alcaldes eran designados por el gobernador del departamento, quien a su vez era nombrado por el Presidente de la República, lo que impedía una manifestación directa de parte de la ciudadanía en la manera cómo era conducida su ciudad.

Aunque no puede hablarse en Colombia de una descentralización administrativa plena, la elección de alcaldes por votación popular permitió avanzar hacia un esquema mixto, en el que si bien el gobierno nacional sigue teniendo injerencia en los programas locales, a través de las transferencias que hace a los municipios, la misma comunidad a través de la elección de la máxima autoridad de su ciudad, es la que determina qué rumbo debe tener éste (García, 1999).

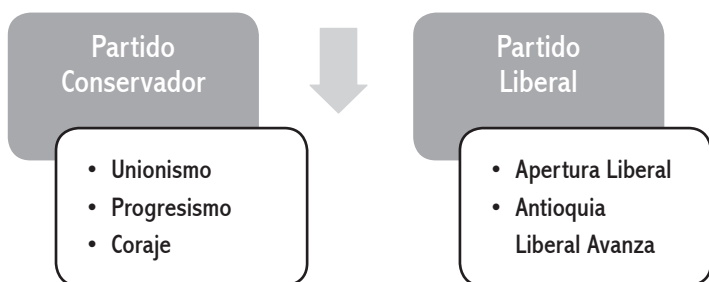
Las elecciones locales aportaron un desarrollo político que legitima la democracia y que logra articularse con otros actores. La ciudadanía además, entiende este cambio a su favor como una oportunidad para vigilar más de cerca al Estado y construir nuevos espacios con los que antes no contaba (Del Campo, 2006).

Esta conquista política fue complementada con una ampliación del espíritu de participación ciudadana a través de la posterior elección popular de gobernadores y las facilidades para que se fundaran nuevos partidos o movimientos que sirvieran de contrapeso a los dos que habían dominado la escena hasta ese momento.

Los partidos Conservador y Liberal se dividieron, entonces, en micro empresas electorales que mantenían la misma esencia, usando logotipos y colores asociados a las que ahora se convertían en casas matrices, pero que demostraban cierta independencia necesaria para dominar regiones enteras.

Así fue como, por ejemplo, en Antioquia se crearon el Unionismo, el Progresismo y el Coraje, como disidencias del Partido Conservador y en Santander se creó Apertura Liberal, fundado en 1993 como disidencia del Partido Liberal.

Gráfico 2: Ejemplos de ramificación del partidismo político en Colombia



Elaboración propia

Lo que se pretendió con estos avances en descentralización fue darle autonomía a los municipios y departamentos sobre el estado central, en un claro interés por fortalecer la participación ciudadana, en el entendido de que sólo de esta manera se resolvían los problemas estructurales que habían propiciado la aparición de los grupos irregulares treinta años atrás. El gobierno nacional seguía a cargo de la definición de políticas macro y se mantenía como proveedor de recursos para que éstas se ejecutaran.

Así los municipios racionalizaban el gasto que les era transmitido por el gobierno central y ambas instancias cumplían con sus metas, pero ahora en un trabajo compartido, con una visión contraria a la que se tenía: ahora la intervención se hace priorizando lo que las

comunidades reclaman en las campañas electorales a través de otra conquista de la Carta de 1991: el voto programático.

Los constituyentes consideraron que era necesaria una manera de obligar a los nuevos mandatarios elegidos por voto popular a que presentaran un plan de gobierno basado en las necesidades efectivas de cada población, situación que los forzaba a conocer en terreno las carencias que históricamente habían sido olvidadas (Gaitán y Moreno, 1994).

Lo aprobado en la Constitución consiste en que ese programa de gobierno, que deben registrar los candidatos el mismo día que hacen sus inscripciones formales, debe ser cumplido a cabalidad, de lo contrario la reglamentación abre la posibilidad de que el mandato se revoque. Cualquier ciudadano en Colombia tiene la opción de hacerle seguimiento a la gestión de sus gobernantes y podría llegar a exigir, a través de los mecanismos de participación ciudadana, que se cumpla lo allí consignado.

Aunque cada gobernador y alcalde en su respectivo espacio del territorio colombiano debía ceñirse a un plan de gobierno, a nivel del país no se puede olvidar que Colombia es una nación con múltiples regiones donde cada uno de los departamentos tiene dinámicas diferentes³⁰; lo que implica que se haya desarrollado la política subnacional como la suma de los regionalismos y aunque es cierto que en cada región prima una o más casas políticas fuertes, todas tiene un denominador común: luchar por mantener su caudal electoral frente a las demás.

Lo común, también, es que los políticos cuando están en edad de retiro designen a sus hijos como herederos de su caudal. Se ha trabajado tanto sobre la base clientelista, que no es relevante quién sea el candidato para votar, esa base va a acompañar al que señale la familia y ejemplos de esto en Colombia son los Char, los Name, los Guerra y los García en la costa Caribe, los Lloreda en el occidente, entre otros

³⁰ Colombia tiene 32 departamentos, en un sistema centralista.

que son muestras recientes de dinastías que han crecido a la sombra del éxito en primera medida de los padres y luego de los hijos que se han formado para el ejercicio público. Este tipo de concentraciones de poder han sido duramente cuestionadas en Colombia e incluso se ha vinculado a prácticas de nepotismo en tanto se crean clientelas sostenida en muchos casos con recursos del Estado.

Sin embargo, el concepto negativo que podría crearse alrededor de éstas depende mucho del juicio moral de quien critica o aplaude (Filgueiras, 2013) y de lo que cada ciudadano considere que esté más acorde con el concepto de cultura política que tiene. Siguiendo este camino, se puede afirmar que aunque la política de cada región es diferente a las otras, en tanto hay variables como la cultura, la relación patronal de los dirigentes con la clientela urbana o rural, se mantiene la fuerza de las dinastías.

Este aspecto no afectó la unidad nacional, Colombia continua siendo un país netamente centralista donde el gobierno destina una parte importante del presupuesto para la subsistencia de las regiones, lo que ha llevado a que los clanes regionales hayan fortalecido sus raíces en el Distrito Capital³¹ y muchos de ellos han permanecido cerca del poder central en sus curules del Congreso, dicha cercanía con el presidente ha logrado mantener cautiva su clientela a través de puestos burocráticos que entregan a sus ayudantes de campaña y de las obras de inversión que reclaman para sus regiones y es allí donde demuestran el trabajo político ante la comunidad electoral y asientan su poderío en las ciudades.

El otro aspecto a destacar es la transformación del mapa de partidos políticos colombianos, que luego de un bipartidismo marcado, las sucesivas reformas han permitido la llegada de nuevas colectividades unas de corte personalista y otras institucionales ligadas a ideologías. En este sentido, no se debe dejar de lado el surgimiento de una nueva

³¹ Muchos de estos clanes políticos surgidos en las regiones tienen representantes en los escenarios de política local en la capital (Concejo y Cámara de Representantes por Bogotá).

generación que ha creado una falsa sensación de apertura política al permitir la conformación de partidos políticos con la mediación de un proceso de recolección de firmas, gracias a la Constitución de 1991, lo que hizo que Colombia tuviera para 1998, 76 partidos o movimientos políticos registrados en el Consejo Nacional Electoral; con la atomización que en materia ideológica produjo y la proliferación de empresas políticas que respaldaban las aspiraciones de clanes familiares.

Los partidos se convirtieron en una fábrica de avales (Puerta y otros, 2006) que deslegitimaron el sentido de las organizaciones políticas y se dio paso al fortalecimiento de la práctica clientelar para conseguir votos en el ‘mercado electoral’, cuando de elección a elección hay personas que ofrecen determinado número de votos por tarifas fijadas³².

Tras las reformas políticas realizadas por el Congreso en 2000 y 2003 el número de partidos o movimientos registrados en el Consejo Nacional Electoral se ha reducido drásticamente a sólo 8 que tienen representación en el Senado, cuando en 1998 eran 76 como se expresó anteriormente. El control que antes ejercían los clanes familiares o regionales para expedir avales y definir quiénes llegarían a los cargos de elección popular, pasó a quedar en manos de cuerpos colegiados en la gran mayoría de partidos políticos o en las del jefe único, en otros tantos.

Otros factores influyentes en la dinámica electoral fue el aumento del umbral al 3% para las elecciones de Senado³³, cifra que define de igual manera cuáles de los partidos continúan con personería jurídica y que produjo dos coyunturas: el fortalecimiento institucional para relacionarse con el Gobierno y el temor de que las minorías puedan desaparecer. Sin embargo sobre este último tema se ha hecho manifiesta la obligatoriedad de unificar esfuerzos con organizaciones de

³² <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/nacional/compra-y-venta-de-votos-en-las-elecciones-preocupa-la-oea>

³³ Situación que se empezó a dar gradualmente desde 2010 cuando subió al 2% y en 2014 cuando subirá a 3%. Antes de 2010 no se exigía ningún porcentaje.

ideología similar y lo que antes parecía una explosión de partidos, se ha convertido en la necesidad de confluir para no desaparecer.

Eso lleva necesariamente a mirar variables como la calidad de la democracia, entendida como los procesos según los cuales los ciudadanos eligen sus gobernantes y tienen espacios para exigir responsabilidades y además éstos son los que realmente toman las decisiones que afectan a la población (Levine y Molina, 2013). Colombia se ubica en una posición media si se compara con América Latina, con tendencia a la baja en algunos aspectos.

El más problemático, según los autores, tiene que ver con el poco nivel de soberanía de las autoridades democráticamente elegidas para actuar bajo total independencia, debido en primer lugar a las constantes amenazas de los grupos armados al margen de la ley, que tienen presencia en parte del territorio.

Como contraste, Colombia tiene su mejor desempeño en la evaluación frente a sus pares latinoamericanos en la variable de Rendición de cuentas, debido a la capacidad de movilización que tiene la sociedad frente a sus demandas y a la respuesta que logra de parte de sus gobernantes. Sin embargo, siempre va a ser un problema pendiente el conflicto que se presenta en Colombia desde hace más de 50 años, y mientras no se resuelva, problemas como el tráfico de armas, lavado de activos y drogas van a jugar en contra de las libertades necesarias para que el país aumente sus niveles de calidad democrática (Vargas, 2013).

Aunque hay una serie de factores que siguen amenazando la calidad de la democracia (ver cuadro 20), Colombia ha mejorado las variables que se habían convertido en constantes negativas desde la década de los 90 del siglo pasado (Mainwaring y otros, 2013). Un elemento a destacar es el control de los niveles de corrupción, a través del fortalecimiento a los organismos de vigilancia del Estado y a la presencia de entidades internacionales en auditorías públicas.

hoy, las entidades gubernamentales contratan con universidades de reconocida solvencia estudios técnicos para apoyar sus decisiones

Finalmente hay que decir que los cuatro elementos, referenciados por Alcántara (2008) en los que se basan los análisis de calidad de la democracia: operatividad electoral, funcionamiento de los partidos políticos, relaciones entre el Poder Ejecutivo y el Poder Legislativo y procesos de descentralización; han sido objeto de atención y acción de las autoridades colombianas en los últimos años, a través de las reformas presentadas –que hoy son parte del ordenamiento político del país- y las pendientes,³⁴ que se han anunciado y se discuten al momento de escribir este texto.

Cuadro 20. Índice de calidad de la democracia en América Latina, 2005

PAÍS	DECISIÓN ELECTORAL	PARTICIPACIÓN	RENDICIÓN DE CUENTAS	RESPUESTA A LA VOLUNTAD POPULAR	SOBERANÍA	CALIDAD DE LA DEMOCRACIA
Uruguay	90.7	55.3	47.9	85	80.5	71.9
Costa Rica	87.0	44.5	37.3	51	97	63.4
Chile	88.3	45.1	42.3	65	75.5	63.2
Argentina	74.8	54.7	27.3	67	89.5	62.7
México	71.8	50.1	27.1	66	91.5	61.3
Panamá	75.7	45.2	32.4	61	91.5	61.2
Rep. Dom.	72.4	48	32.7	67	79.5	59.9
Brasil	81.4	56.8	23.9	67	60.5	57.9
Perú	78.8	56.5	21.8	56	70	56.6
Bolivia	73.9	52.2	21.8	50	75.5	54.7
Nicaragua	62.9	46.8	17.3	60	79.5	53.3

³⁴ Referenciadas anteriormente en este trabajo.

PAÍS	DECISIÓN ELECTORAL	PARTICIPACIÓN	RENDICIÓN DE CUENTAS	RESPUESTA A LA VOLUNTAD POPULAR	SOBERANÍA	CALIDAD DE LA DEMOCRACIA
Colombia	61.2	46.8	30.7	62	65.5	53.2
El Salvador	67.8	41.2	29.3	64	62	52.9
Paraguay	57.9	44.2	28.1	57	77.5	52.9
Venezuela	50.7	51.4	24.5	74	62	52.5
Honduras	59.9	45.8	21	49	79.5	51
Ecuador	62.2	49.4	18.3	48	51	45.8
Guatemala	47.7	37.4	20.3	54	63.5	44.6

Fuente: Levine y Molina (2013)

4.2. Partidos y Sistema de partidos en Colombia

El sistema de partidos en Colombia es uno de los más estables de América latina (Pérez, 2009), aunque está caracterizado por una alta desconfianza por parte de la ciudadanía, que ha explorado en las elecciones de los últimos años (del nuevo siglo) opciones personalistas que hagan contrapeso a la institucionalidad por la que se ha tenido gran desafección.

La alta fragmentación que se vivió luego de la Constitución de 1991 cuando se dio paso a la creación de partidos sin el lleno de requisitos formales, más allá de firmas de ciudadanos, supuso un debilitamiento de las instituciones; esto se revirtió sólo hasta las reformas electorales que se iniciaron en 2000, cuando se empezó a discutir la obligatoriedad de superar un umbral determinado para acceder a personería jurídica y financiación estatal. En el siglo XXI los partidos han recuperado su protagonismo, incluso al principio de la segunda década entraron a escena nuevas colectividades que han tratado de darle institucionalidad a los personalismos que caracterizaron años pasados.

En este apartado se hará una aproximación a los partidos y al sistema de partidos en Colombia, desde tres aspectos: un marco histórico, el marco legal que los cobija y la actualidad partidaria en los últimos 15 años.

4.2.1. Marco histórico de los partidos colombianos

Los partidos colombianos han pasado por varias etapas. Una primera en la que se movían dentro de un bipartidismo que sólo daba cabida a las colectividades históricas, dos de las más antiguas de América³⁵; la siguiente en la que se dio una explosión de partidos que alcanzó el número de 76 reconocidas con personería jurídica, luego de la Constitución de 1991 y la última un multipartidismo moderado, luego de las elecciones de 2014, cuando quedaron 8 partidos en el Senado.

Es claro que los dos partidos políticos históricamente predominantes en Colombia son de las colectividades más antiguas del continente (con más de 160 años de fundación), la forma como han sido conducidos con poca unidad en el plano nacional y una concentración de poder en el terreno regional hace que sean relevantes y por tanto serán mencionados en este trabajo como punto de partida inicial para la creación de los nuevos partidos que proliferarán hacia 1991. (Fernández de Mantilla y Parra, 2000).

Cuadro 21. Partidos políticos colombianos y su fecha de fundación.

PARTIDO	FUNDACIÓN
Partido Liberal	1848
Partido Conservador	1849
Partido Social de Unidad Nacional (la U)	2005
Partido Cambio Radical	1998
Partido Verde	2009
Movimiento Político MIRA	2000

³⁵ El Partido Liberal fue fundado en 1848 y el Partido Conservador en 1849.

PARTIDO	FUNDACIÓN
Partido de Integración Nacional	2009
Polo Democrático Alternativo	2005
Centro Democrático	2014

Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, no pueden equipararse los motivos fundacionales de las dos colectividades, el Partido Liberal nace como respuesta a la necesidad de participación de un sector de la población que había sido marginado de la toma de decisiones: ahí se representaban las clases menos favorecidas, por ejemplo.

Mientras que un año después, en respuesta al crecimiento de este nuevo partido, la Iglesia Católica –con fuerte ascendencia sobre la población- se involucró decididamente en el surgimiento del Partido Conservador, entre otros aspectos, porque el liberalismo estaba siendo exitoso con su propósito de transformar aspectos relevantes de la sociedad en Colombia (Alcántara, 2004).

Posteriormente, con un protagonismo en la llamada violencia política de principios del siglo XX, los partidos Liberal y Conservador se repartieron el poder a nivel nacional y subnacional, existiendo regiones colombianas con afinidades marcadas de uno u otro lado.

En 1958, cuando entró en vigencia el Frente Nacional, en el que las dos colectividades se turnaban el poder nacional cada cuatro años, se produjo una coexistencia pacífica en la política colombiana que permitió el fortalecimiento de cacicazgos regionales, que al amparo de la tranquilidad nacional, desarrollaron fuertes relaciones clientelares.

El Frente Nacional permitió la milimetría en la repartición de los cargos burocráticos para representantes de ambos partidos hasta 1974 cuando finalizó con la presidencia de Misael Pastrana Borrero el acuerdo al que habían llegado los dirigentes conservadores y liberales. Se puso fin de esta manera a un proceso de democracia restringida y

a partir de ese momento se buscaron mecanismos de fortalecimiento institucional (Cerec, 1989).

A partir de ese momento y hasta la Constitución de 1991, se presentó una serie de transformaciones que si bien en algunos lugares significaba la implementación de coaliciones, éstas respondían a procesos personalistas de quienes ostentaban la jefatura del partido y que no correspondían necesariamente a asociaciones entre los partidos a nivel nacional.

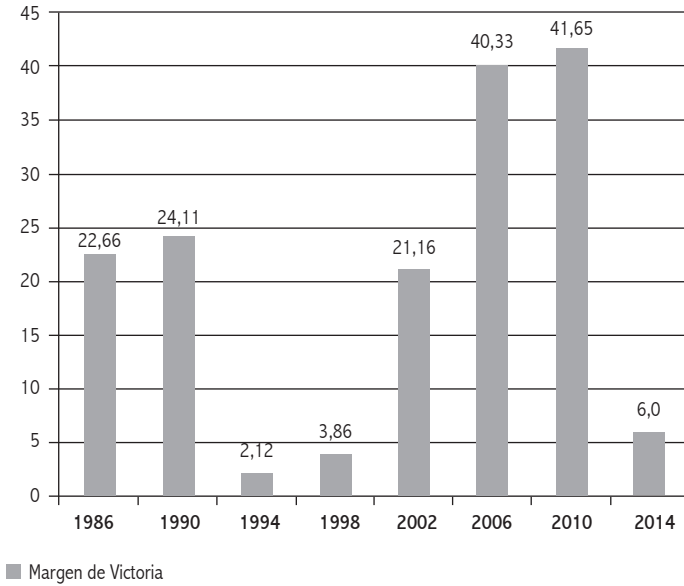
Para esa época, desde el fin del Frente Nacional, hasta la expedición de nueva constitución, las dos colectividades mantuvieron una puja electoral que los llevó a dominar el escenario político, consiguiendo 95% de los votos en las presidenciales, mientras que en el Congreso el Número Efectivo de Partidos entre 1970 y 1990 fue de 2.1 (Ungar y Arévalo, 2004).

En algunas jornadas presidenciales los representantes de ambas colectividades llegaron con mínima diferencia, como en las elecciones de 1994 y 1998, donde los partidos Liberal y Conservador soportaban las campañas de Ernesto Samper y Andrés Pastrana en 1994 y Horacio Serpa y Andrés Pastrana en 1998. Sin embargo, al abrirse el sistema y entrar nuevas opciones la competencia electoral se amplió notablemente, como en las dos elecciones de Álvaro Uribe (2002 y 2006) y en la primera de Juan Manuel Santos (2010) (ver gráfico 3).

En el Legislativo, la competitividad ha sido menor, salvo la elección de 2002 en la que el liberalismo tuvo una destacada participación, como respuesta al desgaste que sufrió el conservatismo durante el gobierno de Andrés Pastrana que tuvo en su mandato índices de favorabilidad del 21%, según Gallup.

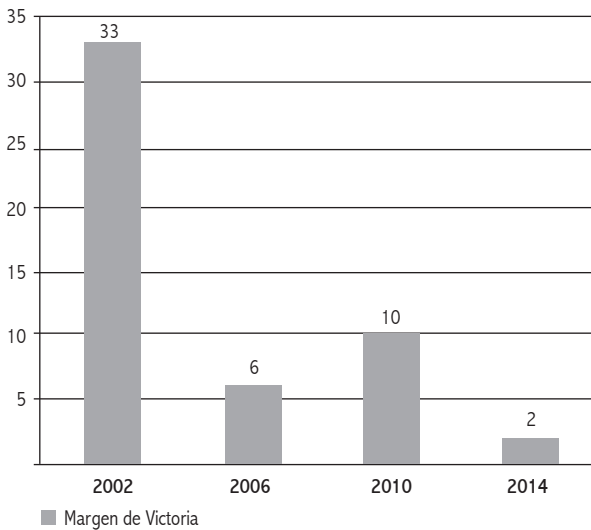
En las últimas tres elecciones, podría notarse alguna influencia en el índice de competitividad de los partidos que se construyeron por fuera de los dos tradicionales, en la capacidad de quitarle votantes a éstos (ver gráfico 4). Algunos dirigentes liberales y conservadores migraron con sus redes clientelares a las nuevas colectividades, reduciendo la distancia entre todos y volviendo el sistema más competitivo.

Gráfico 3. Índice de Competitividad Electoral – Presidenciales 1986 a 2014.



Elaboración propia con datos de la Registraduría.

Gráfico 4. Índice de Competitividad Legislativa



Elaboración propia con datos de la Registraduría.

4.2.2. Marco legal con las reformas del nuevo siglo

Con las reformas políticas estructurales que se produjeron desde la década de los 90 del siglo pasado en Colombia se buscaba crear cambios como terminar la hegemonía dominante de los dos partidos tradicionales y fortalecer la autonomía de las regiones, que se materializó en la elección popular de alcaldes.

Las cifras demuestran que esa primera visión tuvo éxito³⁶, permitiendo que nuevos actores políticos cobraran relevancia, sin embargo lo anterior trajo como consecuencia un aumento en la inestabilidad de sistema.

Más adelante fue necesario fortalecer el sistema con nuevas reformas, para lograr la permanencia en el tiempo de los partidos políticos que recién se formaban. Para este fin se discutieron en universidades, foros sociales y demás escenarios, para luego ser llevada al Congreso de la República, modificaciones al sistema inicial que le dieron paso al aumento del umbral para mantener la personería jurídica de los partidos, que se ubicó en el 3%, a las listas únicas por cada colectividad y a mecanismos como el voto preferente, que en principio garantizaba la libre escogencia de parte de la ciudadanía pero que ha sido blanco de fuertes críticas en tanto favorece la competencia sin regulación al interior de los partidos.

La opción que se le dio a los partidos de confeccionar listas abiertas supuso que las campañas electorales significaran una mayor visibilidad de los candidatos que de las mismas colectividades, es decir: el mismo sistema propendió por una competencia interna que favorecía el personalismo sobre agrupaciones institucionalizadas (Giraldo y Muñoz, 2014).

Volviendo a lo anterior, fue después de la Constitución de 1991 y las reformas que han surgido en años recientes (2000 y 2003), cuando se le ha dado cabida a más partidos, lo que podría en principio abrir la puerta para analizar el contexto actual a la luz de esos nuevos cambios.

³⁶ Recordar la explosión de nuevos partidos luego de la Constitución.

Las nuevas colectividades han surgido desde los dos partidos tradicionales y es palpable cómo las disposiciones legales que permitieron las rupturas, han producido un incremento en el Número Efectivo de Partidos, que pasó de ser -en el terreno local- 1,6 en 1982 para Concejos, a 2,7 en 1991 luego de la entrada en vigencia de la nueva Constitución; y 9,3 en las elecciones de 2003.

Lo anterior ratifica el declive, de alguna manera, de las dos fuerzas predominantes en Colombia que, si bien se mantienen como parte del espectro, no tienen la hegemonía que solían tener antes de la nueva Carta y cedieron espacios, como ya se ha dicho en este trabajo.

El marco legal que se ha implementado luego de las reformas de 2000 y de 2003 ha llevado a los partidos colombianos a una evolución que les permita tener estructuras para demostrar indicios de democracia interna y reglas del juego institucionales: han desarrollado plataforma ideológica, código disciplinario, consulta popular (Roll, 2002).

Sin embargo la realidad muestra que aún en las convenciones partidistas se definen las situaciones de acuerdo a los intereses de los dirigentes de las colectividades, por medio de la negociación con los congresistas que siguen siendo pilares fundamentales en estas estructuras colombianas.

Sin embargo, aunque lo anterior corresponde más con fortalecimiento de estructuras clientelares, hay que reconocer que las reformas le dieron una nueva cara al sistema de partidos. Con la de 2003, que ha sido la última de dimensiones considerables se consiguió la prohibición de pertenecer a más de un partido, se reglamentó la obligatoriedad de trabajar en bancadas, se implementaron las listas únicas por partidos y se adoptó el sistema D'Hondt en lugar de los cocientes y residuos, que definía quién llegaba a las corporaciones públicas.

A estas reformas (2003 y 2009), en conjunto con la Constitución de 1991, se le debe la transformación del sistema de partidos colombiano (Guzmán, 2013), ya que se produjeron cambios significativos tangibles como la reducción del número de listas en elecciones de

corporaciones públicas y el número de partidos, tanto legislativo como electoral.

Ahora bien, si a nivel nacional, se redujo el número de partidos y en apariencia se cerró el espacio a nuevas opciones, en los espacios locales se produjo una mezcla de tendencias en la que si bien los resultados electorales en los concejos municipales eran menos amplios en cuanto a diversidad de colectividades representadas, en las mismas elecciones, las asambleas departamentales abrían sus puertas a un mayor número de movimientos políticos.

Por lo que éstas últimas tienen mayor amplitud en cuanto a distritos electorales³⁷ debido a la suma de municipios con presencia de dirigentes políticos de diferentes matices, que permitió que se viera mayor representación (Hoyos, 2000). Incluso cuando se hace referencia al multipartidismo que se registró con fuerza en la década del 90 del siglo XX, no se tiene en cuenta que la mayoría de esos partidos hacen parte de una misma rama que provenía de los liberales o los conservadores.

Y aun siendo Colombia un territorio que no es homogéneo y como ya se ha planteado, hay elementos externos al sistema político que han incidido de manera directa en la conformación de un nuevo mapa electoral, entre ellos la presencia del conflicto y los intereses creados que ha tenido los grupos irregulares, se mantiene la representación política regional.

En ese mismo sentido, el fin del conflicto es una oportunidad por explorar para las regiones para el fortalecimiento del marco legal en un renovado sistema electoral (Giraldo y Muñoz, 2014), que comprometa a los partidos políticos -como actores sociales- a ser parte del nuevo sistema y a hacer respetar los acuerdos políticos a los que se llegue en una negociación de paz; con una redefinición del sistema

³⁷ Realmente en Colombia este término no se usa, pero se incluye para explicar la multiplicidad de patrones electorales que se presentan en las elecciones departamentales.

de partidos y, es de esperarse, lograr un aumento en los niveles de participación ciudadana.

Con la finalidad de culminar este apartado se debe decir que las reformas de los años 1991 (Constitución), 2000 (primera reforma política) y 2003 (segunda reforma política) han ayudado a crear un clima de mayor confianza, pero no han sido las únicas responsables de la evolución del sistema, incluso en algunos aspectos como los niveles de participación no se han dado los resultados queridos.

Uno de los frutos esperados de la institucionalización de los partidos, la democracia interna en la que primero se tenga que ganar el favor de sus militantes, abriría las puertas a agrupaciones más coherentes en lo ideológico. Sin embargo falta por ver si esa democracia interna que generaría cambios sustanciales en el espacio político en Colombia (Roll, 2002) logra vencer la reticencia de los barones políticos que tienen tantos años con el poder en sus manos.

Lo que sí fue esperanzador es la figura del ‘voto programático’ reseñada anteriormente en este texto; pero los partidos como instituciones que entregan avales a los candidatos y deberían ser responsables por el cumplimiento de los procedimientos políticos reglados, son laxos a la hora de fortalecer programas, tanto de las mismas colectividades, como de sus candidatos. Es decir poco cumplen la norma.

Incluso, el nivel ‘Semielaborado’ que Alcántara (2004) determinó para los programas de los partidos Liberal y Conservador, se quedaría corto al momento de evaluar a las nuevas colectividades, de corte más personalista.

Precisamente en ese aspecto es que se enfocan las reformas anunciadas por el gobierno de Juan Manuel Santos, en el sentido de lograr una mayor institucionalización y menor personalización de las colectividades y pueda contarse con agrupaciones más coherentes en el sistema de partidos colombiano.

Sobre esto se han realizado estudios como el de Ruiz (2006), que concluye –entre otros- que al existir distritos electorales más grandes los partidos actúan de manera más incoherente. Lo anterior podría explicar el caso actual colombiano con un distrito nacional para Senado, situación que la reforma de Santos de 2015 pretendía corregir, pero que al final no fue aprobada en el Congreso como se presentó.

Esta incoherencia también es visible frente a determinados temas en los que los partidos no alcanzan una posición unificada y se evidencia falta de unidad en cuando a ideología o actitudes frente a determinadas coyunturas políticas. Incluso, reafirmando lo anterior, los partidos históricos colombianos están en el grupo más bajo de coherencia en la dimensión programática-económica en el contexto latinoamericano (Ruiz y García, 2003).

Otro de los puntos sobre los que trabajó y no consiguió la reforma Santos, era la obligatoriedad de que todos los partidos presenten listas cerradas a elecciones de corporaciones públicas. El mismo gobierno ha dicho que el voto preferente ‘canibaliza’ las listas, pero no dejó claro qué tipo de opción es buena para garantizar democracia interna para la confección de las listas.

Hay que recordar que el llamado ‘bolígrafo’³⁸, generó descontentos y escisiones de los partidos, además que en Colombia los mismos dirigentes políticos han mostrado una muy baja percepción de que en sus colectividades existan buenos niveles de democracia interna (Del Campo y Ramos, 1997).

4.2.3. Actualidad partidaria colombiana: nuevos retos en el siglo XXI

En la actualidad, y con la puesta en marcha del umbral del 3% en las elecciones de Senado para definir el número de partidos colombianos,

³⁸ La potestad que tenían los jefes de los partidos para decidir el orden de las listas, antes de la vigencia del actual sistema.

se configuró el mapa político de manera más clara; incluso con dos bloques de oposición: uno de derecha que encabeza el Centro Democrático del expresidente y senador Álvaro Uribe Vélez y uno de izquierda, el Polo Democrático.

En el primer gobierno de Juan Manuel Santos, se conformó la Unidad Nacional, una coalición de partidos que acompañaron su gestión, en la que tenían cabida incluso colectividades que no hicieron parte de su campaña: el Partido Verde, que tuviera una participación destacada en la contienda presidencial de 2010 frente al mismo Santos, entró al gobierno el 20 de julio de 2012.

Aunque en años anteriores había existido colaboración de partidos o de disidentes de éstos a los gobiernos de turno, no se había visto de manera tan clara cómo un gobierno lograba presencia de todos, lo que se tradujo en el trabajo legislativo, con la aprobación de las reformas que planteó el gobierno, como la Ley de Tierras o de Víctimas, necesarias para el proceso de paz y que había sido esquivo su trámite en otros mandatos.

Esto que se viene planteando se da a la luz de lo expresado por Gilhodes (1993), en el sentido de que cuando los partidos colaboran de manera sistemática en el tiempo y hacen parte de los mismos gobiernos, podría hablarse de un partido único. Sin embargo, en el caso de Colombia esta teoría quedaría desestimada por la presencia del Polo Democrático, partido nacido en 2005 y que se ha mantenido en contravía de los dos últimos gobiernos (Uribe 2002-2010 y Santos 2010- en la actualidad).

Es paradójico que el Polo sea quien podría garantizar que en Colombia se hable de un sistema de partidos, pero al mismo tiempo, no son claros sus esfuerzos reales para conquistar el poder a nivel nacional, en tanto en vez de aunar esfuerzos con otras tendencias de izquierda tienden a separarse.

y Gustavo Petro (alcalde de Bogotá 2011-2015), que fundaron un nuevo movimiento de izquierda llamado Progresistas³⁹.

Sin embargo, si bien es cierto que la izquierda se mantiene como una fuerza con presencia en el Congreso y en algunas regiones, es muy improbable que mientras subsista el conflicto interno, surja una oferta socialista (Kitschelt, 2010) que tenga la fortaleza de competir con los partidos de centro derecha que tienen mayor presencia en la escena política. Aunque -siguiendo con lo anterior- las posiciones de derecha e izquierda no tienen mayor significación para la política colombiana, al menos no en términos de influir el comportamiento de los dirigentes en materias que en otros países sí lo harían.

En Colombia la ubicación en el espectro que los políticos hacen de ellos mismos no tiene asociación con las preferencias que cabría esperarse para asuntos de administración del Estado: la autodefinición a izquierda o derecha no incide, por ejemplo, en el grado de intervención económica estatal (Llamazares y Gramacho, 2007) de los dirigentes una vez llegan al poder. Lo anterior podría entenderse primero porque al presentarse la coyuntura del Frente Nacional se desdibujó la frontera que separa ideológicamente a los partidos Liberal y Conservador y por ende las colectividades que nacieron de ellos, y es muy difícil para los dirigentes actuales definir qué tipo de acción corresponde con la ideología de su partido. Sin embargo también es cierto que en este tipo de encuestas cuando se pide a los políticos autodefinirse, la mayoría prefiere optar por una posición media (Ruiz, 2006).

El bipartidismo y factores históricos como el ya mencionado Frente Nacional, acentuó la creencia por parte de la ciudadanía de que entre los partidos hay acuerdos para continuar esa repartición del Estado y lo que eso implica en materia económica y de representatividad política (Cárdenas, 2009).

³⁹ Navarro se retiró del movimiento e ingresó a la Alianza Verde por la que fue elegido senador en 2014.

Tanto antes de que se firmaran los pactos que dieron origen al Frente Nacional, Colombia había sido un país predominantemente bipartidista. Incluso, con la entrada en escena de las reformas políticas del nuevo siglo, estas dos agrupaciones han mantenido presencia destacada en los cuerpos colegiados, como el Congreso de la República. Entre los dos lograrían acercarse a tener mayorías que de entrada incidirían en una agenda legislativa de mutuo interés si decidieran trabajar conjuntamente.

Sin embargo, aunque las cifras expuestas son importantes en cuanto a manejo efectivo de los procesos legislativos, hay que recordar que en el período ubicado entre el Frente Nacional y la Asamblea Constituyente de 1991, el Partido Liberal lograba porcentajes de dominio absoluto, en alguna ocasión obtuvo casi 60% de las curules para Senado (Ver cuadro 10).

La fuerza que han cedido ha permitido que otras colectividades llenen espacios que antes no estaban copados y se ocupen de nuevos nichos electorales. El Partido Verde, que antes no representaba ninguna fuerza política en Colombia alcanzó 4,9% de los votos en las elecciones de Senado de 2010, apostándole a una gran masa de abstencionistas que pocas veces acudían a las urnas⁴⁰.

Ese resultado se da en medio de una campaña presidencial polarizada en la que el candidato del gobierno (Juan Manuel Santos) cedió terreno en las encuestas hasta pocos días antes de la elección, y el candidato opositor (Antanas Mockus), fortaleció las listas al Congreso.

Aunque pueda parecer una participación pírrica para una contienda tan importante como la del Senado, es válido hacer la comparación con el Polo Democrático, que luego de una consolidación de muchos años de la izquierda, obtuvo 7,8% de los votos en la misma contienda. Esta nueva incursión de partidos logró que muchos co-

⁴⁰ <http://noticias.univision.com/america-latina/colombia/article/2010-06-02/antanas-mockus-apuesta-a-la#axzz2Xv5CeRbJ>

lombianos se motivaran a ir a las urnas y que elección tras elección se haya superado el número de votantes para elegir, por ejemplo, al Presidente de la República.

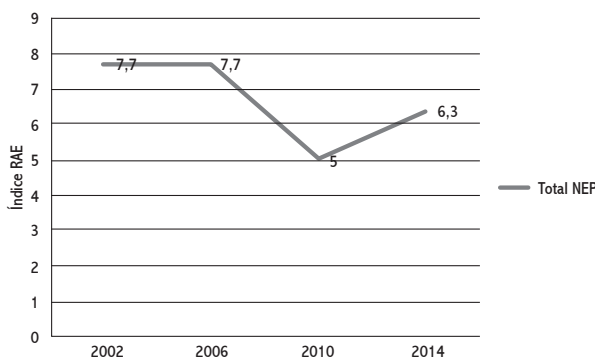
La realidad que se empezó a vivir cambió la cara al sistema de partidos (Pizarro, 1994) y dibujó nuevamente la importancia de dirigentes que dieron visibilidad a entidades con poca aceptación popular como el Congreso.

Las transformaciones que llegaron como resultado de las reformas políticas de los últimos años, mencionadas ampliamente en este trabajo, y sobre todo por la aplicación del umbral y las listas únicas lograron la reducción del número de partidos, teniendo su cifra menor en las legislativas de 2010, cuando se usó el 2% de umbral de manera transitoria.

Sin embargo en el momento de la aplicación del umbral definitivo -del 3%-, el NEP aumentó ligeramente (ver gráfico 5⁴¹) y aunque parecería una contradicción con lo buscado por las reformas, este resultado se debió a la entrada en escena del Centro Democrático y la fuerza electoral que tuvo el expresidente Álvaro Uribe como candidato al Senado; entendiéndose como una coyuntura particular del momento.

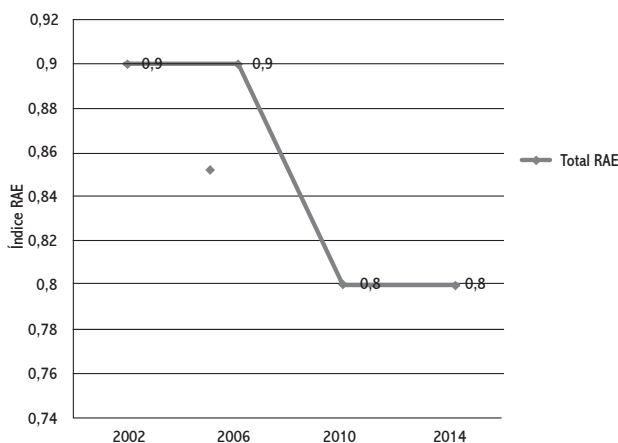
En esta misma vía, y aunque la reducción de la fragmentación es mínima (ver gráfico 6), en Colombia el poder tiende a concentrarse cada vez en menos partidos políticos a diferencia de lo ocurría antes de las reformas. En ese momento la explosión de listas para el Congreso, siguiendo la llamada Operación Avispa en la que los partidos expedían tantos avales como les fueran solicitados, le daba a cada dirigente su cuota de poder y las colectividades poca representatividad institucional tenían.

⁴¹ Para este índice se usaron las elecciones de Cámara de Representantes (cámara baja), cuyo umbral es el 50% del cociente electoral

Gráfico 5. Número Efectivo de Partidos en Colombia 2002-2014

Elaboración propia con datos de la Registraduría

En esta misma vía, y aunque la reducción de la fragmentación es mínima (ver gráfico 6), en Colombia el poder tiende a concentrarse cada vez en menos partidos políticos a diferencia de lo que ocurría antes de las reformas. En ese momento la explosión de listas para el Congreso, siguiendo la llamada Operación Avispa en la que los partidos expedían tantos avales como les fueran solicitados, le daba a cada dirigente su cuota de poder y las colectividades poca representatividad institucional tenían.

Gráfico 6. Índice de Fragmentación en Colombia 2002-2014.

Elaboración propia con datos de la Registraduría

Los partidos que permanecen en la escena política colombiana tienen vigencia dentro de sus propios espacios, bien sea como partidos de gobierno, partidos de oposición o partidos bisagra, que independientemente de la actitud que asuman en las elecciones, podrían definir el rumbo de los gobiernos, en su ejercicio legislativo y han demostrado ser socios efectivos a la hora de aprobar los planes de desarrollo⁴² (ver cuadro 22).

La muestra más clara de lo anterior es la llamada Unidad Nacional, mencionada en este trabajo, que permitió al presidente Juan Manuel Santos tener comodidad en el Congreso para darle trámite a las reformas que propuso.

Sobre la presencia de los partidos en la escena actual colombiana hay que decir que tanto las colectividades tradicionales, como las nuevas que han surgido al amparo de las últimas reformas, si bien tienen fuerte incidencia en la totalidad del país a partir de su presencia en el Congreso, éstas deben analizarse con mayor interés a nivel subregional, donde se puede encontrar mayor proximidad con la ciudadanía (Alcántara, 2004).

Los dos colectivos predominantes cedieron espacio a opciones personalistas y eso derivó en incertidumbre sobre todo en las primeras elecciones donde se cambiaron las reglas del juego, cuando las perspectivas de lo que venía en el mapa electoral eran poco previsibles. Mainwaring (1999) sobre este particular afirma que hay una correlación entre ambas variables: inestabilidad y posibilidad de predicción de resultados.

Adicional a esto, se volvió menos dificultoso para las nuevas agrupaciones entrar en escena y esa perspectiva fue aprovechada por dirigentes con influencia en el ámbito municipal para sacar del juego político a los partidos que habían representado durante años. Es decir: los mismos dirigentes se encargaron de darle sepultura a los partidos para fortalecer sus empresas electorales, que ahora tenían el aval del Consejo Nacional Electoral.

⁴² Cartas de navegación de los gobiernos, que deben ser debatidas y aprobadas en la corporación pertinente en el primer año de mandato.

Cuadro 22. Partidos y Movimientos Políticos según su situación en 2015

PARTIDO	SITUACIÓN EN 2015	CURULES EN SENADO*	RESEÑA
Partido Liberal Colombiano	Gobierno: Hace parte de la Coalición de Juan Manuel Santos.	17	Hace parte del bipartidismo, pero sufrió bajas en sus dirigentes más importantes como el expresidente Álvaro Uribe que no aspiró en ninguno de sus dos mandatos en su nombre y del presidente Juan Manuel Santos, que aunque ha tratado de recomponer las relaciones con éste, su partido de origen, se avaló por otra colectividad. Este partido tiene opción de conformar gobierno.
Partido Conservador Colombiano	Bisagra: Hizo parte de la Coalición de Juan Manuel Santos en su primer período y en 2015 apoya al gobierno en algunos asuntos y en otros se opone.	18	A diferencia de los liberales que han avalado presidentes en dos ocasiones, desde la Constitución de 1991, el Partido Conservador ha participado en todos los gobiernos desde ese momento, pero sin avalar directamente ningún presidente. Este partido tiene opción de conformar gobierno.
Partido de la U	Gobierno: Avaló al presidente Juan Manuel Santos en sus aspiraciones presidenciales de 2010 y en 2014.	21	Este partido surgió al amparo del expresidente Álvaro Uribe y se convirtió en la mayor fuerza política en el Congreso, tanto en 2006 como en 2010. Ha sido protagonista en el terreno regional, en corporaciones públicas (Asambleas Departamentales y Concejos Municipales). Este partido tiene opción de conformar gobierno.
Centro Democrático	Oposición: Liderado por el expresidente Álvaro Uribe se opone a las políticas del anterior ministro de Defensa de éste y hoy Jefe de Estado, Juan Manuel Santos.	20	Este partido fue la nueva creación del expresidente Uribe, con la que se presentó a las elecciones de 2014 y resultó elegido senador. Tuvo lista cerrada y los integrantes de ésta no tenían trayectoria política reconocida, convirtiéndose Uribe en el mayor aportante de votos a la lista.
Opción Ciudadana	Gobierno: Ha sido miembro de las coaliciones de gobierno, tanto de Álvaro Uribe, como de Juan Manuel Santos, aunque este último ha marcado distancia con sus dirigentes.	5	Esta colectividad ha sido estigmatizada por las relaciones de algunos dirigentes suyos con personas al margen de la ley, lo que los obligó a cambiar de nombre en su convención de junio de 2013 ⁽¹⁾ . Se llamará Opción Ciudadana. Su buen caudal de votación (892.720 sufragios) los hace atractivos para cualquier jornada electoral, sin embargo en la opinión pública pesan los señalamientos sobre sus dirigentes. Este partido no tiene opción de conformar gobierno.

* Elecciones de 2010/

⁽¹⁾ <http://www.caracol.com.co/noticias/actualidad/el-pin-cambio-de-nombre-se-llamara-opcion-ciudadana/20130602/nota/1908892.aspx>

PARTIDO	SITUACIÓN EN 2015	CURULES EN SENADO*	RESEÑA
Partido Cambio Radical	Gobierno: Participó en los dos gobiernos del expresidente Álvaro Uribe y ha pertenecido a la llamada Unidad Nacional de Juan Manuel Santos	9	Su dirigente más importante, Germán Vargas Lleras ha sido ministro en dos carteras diferentes del gobierno de Juan Manuel Santos y las encuestas lo dan como posible aspirante presidencial en 2018 (**). En 2014 fue elegido Vicepresidente de Colombia. Sin embargo, su baja penetración en las regiones y la poca representatividad en el Congreso no le permitirían hacer gobierno en solitario.
Polo Democrático	Oposición: Es el único partido en Colombia, que en el ámbito nacional ha permanecido en la oposición desde se creación formal en 2005.	5	Ha logrado obtener triunfos en espacios tan importantes como la Alcaldía de Bogotá, al conquistar ese cargo en tres ocasiones consecutivas para miembros de sus filas o afines (Lucho Garzón, Samuel Moreno y Gustavo Petro)**
Alianza Verde	Bisagra: Desde su creación se mantuvo como contradictor del expresidente Álvaro Uribe y esa fue una de sus banderas en las elecciones de 2010, pero luego de una invitación formal, esta colectividad ingresó al gobierno de Santos, con apoyo en el Congreso y representación en el poder Ejecutivo. En la actualidad, aunque acompañaron la reelección de Santos, no hacen parte del gobierno.	5	Fue uno de los partidos con mayor riesgo de perder su personería jurídica en las elecciones de 2014 y por lo tanto desaparecer. Además porque su gran electora, Gilma Jiménez que obtuvo en voto preferente, 207.000 de los 521.503 que obtuvo el partido, falleció en Bogotá el 29 de junio de 2013 (***).
ASI / MAIS	Gobierno: Estos dos partidos, pertenecientes a las colectividades étnicas han sido socios en los gobiernos Uribe y Santos	2	Cada partido tiene un senador, y tuvieron que participar en las elecciones de 2014 a través de la circunscripción especial indígena, que no exige el 3% de umbral. Por su baja representación en los lugares, incluso donde hay presencia indígena en Colombia, no tiene posibilidades de conformar gobierno. Aunque hay que aclarar que en el pasado avalaron a dirigentes en Bogotá y Medellín, que conquistaron el poder local, pero la relación con ellos sólo fue en el marco del aval, no de construcción de institucionalidad.

* Elecciones de 2010/

** A pesar de haber militado en el Polo desde su creación, Gustavo Petro no se inscribió por el Polo.

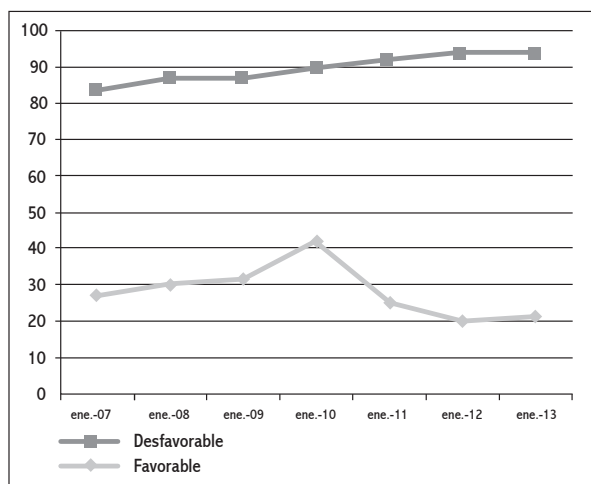
(**) Gallup Poll, junio de 2013.

(***) <http://www.elespectador.com/noticias/politica/articulo-430876-fallecio-senadora-gilma-jimenez>

Elaboración propia con datos de la Registraduría Nacional y fuentes primarias

En Colombia los partidos políticos tradicionales tienen una baja aceptación. En contraposición la figura del político independiente tiene una mayor acogida. Lo anterior se ve reflejado en una encuesta de Gallup de 2007 a 2013 en la que los partidos tienen una aceptación de 21%, en su última medición. (Gráfico 7)

Gráfico 7. Evolución de la aceptación de partidos políticos en Colombia (2007-2013)



Fuente Gallup

Igualmente ese retroceso institucional en materia política en Colombia ha hecho que, como contrapeso, surjan opciones personalistas, un ejemplo de ello han sido los legisladores Gilma Jiménez (partido Verde) y Jorge Enrique Robledo (Polo Democrático Alternativo), que lograron votaciones importantes, aunque sus colectividades como tales no⁴³.

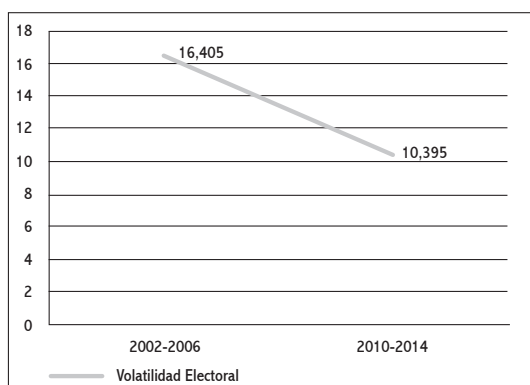
Aunado a lo anterior, en el sentido de la debilidad del sistema de partidos, habría que decir que si bien las colectividades son poco institucionalizadas y con gran individualismo (Gutiérrez, 2002),

⁴³ Jiménez obtuvo 207.000 votos en las elecciones de 2010 y Robledo 191.910 en 2014, superándose a sí mismo, cuando había conseguido 165.339 en 2010.

la volatilidad electoral es moderada y con tendencia a la baja, si se comparan las últimas elecciones a Senado (ver gráfico 8).

Lo expuesto podría entenderse porque a diferencia de otros países de la región, en Colombia si bien se abrió la puerta para nuevos partidos que genera volatilidad, se presentó una mayor lealtad hacia las colectividades tradicionales y éstas siguen formando parte de la escena política.

Gráfico 8. Volatilidad electoral Senado 2002-2006 frente a 2010-2014



Elaboración propia con datos de la Registraduría.

4.2.4. Evolución de la participación ciudadana en Colombia, a modo de conclusión

Antes de pasar al análisis de las variables descritas y la ampliación de esta investigación, es importante revisar en este contexto la evolución de la participación ciudadana en los procesos electorales en Colombia, por lo tanto es de destacar que la respuesta de la ciudadanía frente a los problemas que se han generado en el país a raíz del clientelismo y la vinculación de algunos actores políticos con grupos ilegales, ha sido la abstención, como un mecanismo de protesta frente a la poca representación que sienten por la clase dirigente (Velásquez y González, 2003).

Habermas (1995) habla de la necesidad de que exista un factor de publicidad en el proceso político para que se produzca la participación,

en tanto si primero hay conocimiento de en qué se puede intervenir que afecte de manera directa a los diferentes grupos, éstos van a participar por iniciativa propia.

A eso le ha apuntado el sistema político colombiano al crear diferentes mecanismos de participación ciudadana, partiendo en primera instancia de los procesos electorales en los que son elegidos las autoridades del poder ejecutivo y el legislativo; y posteriormente en el seguimiento que han permitido las reformas políticas en el sentido de contar con la opción de refrendar a través de consultas, referendos y demás actos, el poder entregado.

Esto plantea la obligatoriedad de los dirigentes de mantener un permanente proceso de *accountability* y hacerlo en un lenguaje absolutamente comprensible para toda la ciudadanía, sin importar su nivel educativo.

Promover la participación ha sido la opción asumida por el Estado para incluir a los grupos marginados, con una tradición histórica de segregación en una sociedad dominada en el terreno político por élites y grupos cerrados (Puerta y otros, 2005).

Sin embargo ésta no ha sido sólo tarea de los gobiernos: de manera activa la sociedad civil se ha encargado de incorporar estos grupos al orden social, así es como ONG, iglesias y organismos internacionales a través de la cooperación han fortalecido la presencia de la ciudadanía en procesos de toma de decisión y control político. Lo que antes sólo correspondía a los partidos, pasa a ser responsabilidad de la ciudadanía.

Como en todo proceso, los canales de participación directa abiertos en favor de la población, han tenido críticas enconadas. Hay algunos académicos que sostienen que ese esquema no corresponde a un modelo institucional válido, porque le resta fuerza a lo logrado a través de años con los partidos políticos.

de instituciones públicas, no es adecuado en tanto se deslegitima la relación entre gobernantes y gobernados (Sartori, 1994).

En lo anterior se observa la intención de marcar una clara diferenciación entre ‘representación’ y ‘participación’. En el primer concepto se garantiza a toda la población que a través de mecanismos no necesariamente democráticos, ésta va a estar incorporada a los procesos de toma de decisiones. El poder colectivo se convierte así en un mandato individual o en el mejor de los casos, de pocas personas; que rigen el Estado a través de los diferentes poderes.

Incluso, esta investigación podría aplicarse a lo que sucede en la mayoría de países, y en todo caso en Colombia que es objeto de análisis en este libro, cuando el poder judicial no es elegido por voto popular, aunque las dos ramas restantes (ejecutivo y legislativo), sí. En teoría las tres ramas del poder público representan a la ciudadanía de igual manera y no porque la gente no vote para elegir magistrados de las cortes, no significa que éstos no actúen a nombre de la población.

El segundo término (‘participación’) lleva a la vinculación directa de la gente en la definición primero, de sus necesidades; y segundo, del seguimiento que hagan a cómo el Estado les da solución.

Como se ha planteado en este mismo trabajo, existe una evolución de la participación ciudadana en Colombia, dada por las reformas que descentralizaron el poder y crearon el mecanismo de elección popular de alcaldes en 1988 y de gobernadores en 1991. En el terreno local, con las nuevas competencias en materia de transporte, agua potable y alcantarillado, recreación, salud y demás, los alcaldes promovieron desde sus campañas electorales, una acción real y efectiva sobre las necesidades de la gente y sobre lo que la llevaría a participar.

Las modificaciones desde el ámbito legal, que se introdujeron en este aspecto redefinieron la relación entre políticos y ciudadanos (Velásquez, 2000), desde dos puntos de vista: la cercanía que los dirigentes buscaban con la ciudadanía en las campañas permanentes

(ya no sólo electorales), al ver que podían ser partícipes del desarrollo con soluciones concretas (promesas que podrían volverse realidades).

De otro lado, el ejercicio de los gobiernos tenía una manera más tangible de ser medido, incluso en terrenos que antes no permitían comparaciones, como la globalización. Si bien las relaciones exteriores de Colombia son responsabilidad del presidente de la República, los mandatarios locales tuvieron en este período donde coincidieron apertura económica, descentralización y participación; la posibilidad de incentivar la vocación de cada departamento o municipio y sacarle provecho en los procesos de apertura y más tarde los tratados de libre comercio.

Pese a lo expuesto y al papel que cumplen las regiones (departamentos y municipio) en el esquema actual de participación, en Colombia todavía -por el poder que concentran las elecciones presidenciales y la presencia que se logra de las campañas en cada región del país- es necesario tener presentes la evolución en términos históricos de la concurrencia de la población a la urnas. A continuación se presenta un contexto en el que se explican los procesos sociopolíticos de cada una de las ciudades del modelo, como una manera de entender los entornos sociales y su historia política.

4.3. Contexto de las cuatro ciudades objeto de estudio

Para entender la dinámica de las ciudades en cuanto a los factores que podrían afectar los niveles de interés en asuntos públicos y por ende la participación o abstención, este apartado se centra en tres aspectos: revisión de indicadores socioeconómicos en primera medida. En segundo lugar, se hace una lectura de la dinámica política en las ciudades desde antes de las reformas que se han citado en este trabajo, con la incidencia que han tenido en los partidos políticos. Lo anterior se puede ver en cuadros desagregados para cada ciudad en los que se presenta la evolución de la presencia de los partidos políticos en los concejos municipales que se eligen en jornadas concurrentes con las del alcalde. En tercer lugar, se repasa la actualidad de las ciudades

en materia política con presencia de indicadores (NEP e índice de fragmentación), es decir quién gobierna ahora y quién lo ha hecho en los últimos años desde 2000, donde se han producido las reformas políticas descritas en páginas anteriores.

4.3.1. Contexto político y social de Bogotá

La capital de Colombia es una mezcla de varias regiones. Allá se trasladan -de manera permanente- ciudadanos de todo el país buscando oportunidades laborales y de estudio que no les ofrecen sus departamentos. Esa nueva vida hace que se compenetren en una cultura que ha sido definida como un crisol en el que convergen diferentes formas de pensar y de comportarse en materia política.

Aunque Bogotá ha tenido una trayectoria liberal, con figuras de ese partido que trascendieron a la arena nacional, también del Partido Conservador han surgido dirigentes de esa ciudad que por el alcance de ser sede de las tres ramas del poder público y de los demás poderes constituidos socialmente hablando -empresariado y los medios de comunicación-, asumen una presencia nacional que les da protagonismo para alcanzar el poder a un nivel superior del municipal.

Anterior a la Constitución de 1991, la ley permitía a los senadores y representantes a la Cámara ejercer al mismo tiempo otros cargos del orden municipal o regional, como concejales o diputados; lo que hacía que los debates y las discusiones en el Concejo de la Capital fueran propiciados por líderes de talla nacional que a la vez que ejercían como legisladores se hacían elegir como concejales, para mantener sus maquinarias políticas en una ciudad donde el voto urbano ha producido mayor participación ciudadana.

Al igual que el resto de las ciudades colombianas, Bogotá presenta históricamente un desnivel en las inversiones sociales de sus administraciones que de alguna manera ha sido subsanada por las últimas alcaldías que modificaron ese patrón de presupuesto hasta alcanzar 30% del mismo destinado sólo a acciones para revertir la tendencia a la agudización de la pobreza. Ello hizo que, si bien el

índice de necesidades básicas insatisfechas disminuyera y que la ciudadanía se sintiera un alivio a su situación económica (Restrepo, 2005), la línea de pobreza no cayera y al contrario se acrecentara más la brecha entre ricos y pobres.

Igualmente, como ocurre en otras ciudades colombiana los indicadores de exclusión social en Bogotá hacen que las personas en condiciones económicas desfavorables se aparten de participar en las decisiones sociales que los tocan de manera directa, produciéndose así un acrecentamiento de los niveles de abstención (Puerta, 2005).

Las ciudades receptoras han tenido la carga social de no ser espacios de nadie. Bogotá vive de manera patente esta situación en tanto que las que hoy son grandes localidades de la Capital⁴⁴, antes eran espacios semiurbanos conectados con otros municipios, colonizados a la fuerza por inmigrantes del interior del país.

Con la reforma que convirtió a Bogotá en Distrito Capital, la ciudad pasó a convertirse en un polo de desarrollo de Colombia, con amplias ventajas comparativas frente a otros núcleos urbanos que habían definido vocaciones similares a las que tenía la capital: por ejemplo en el rubro de servicios, que había sido una ventaja de Medellín sobre el resto de ciudades, Bogotá encontró un nicho que ofreció posibilidades de crecimiento. No sólo por este particular -pero sí con incidencia importante- Bogotá alcanzó una posición en materia económica destacada en el contexto nacional: concentra el 22% del PIB total de Colombia y atrae 50% de la inversión extranjera que llega al país (Informe Contraloría de Bogotá, 2011).

La criminalidad no es ajena a la ciudad, en las proporciones de una urbe con las características de Bogotá: una población de 7'674.366⁴⁵,

⁴⁴ Bogotá cuenta hoy con 20 localidades, cada una con alcalde aprobado por el Alcalde Mayor, luego de un proceso de elección popular. Tienen atribuciones para determinar presupuesto y capacidad de establecer algunas inversiones en sus áreas geográficas.

⁴⁵ Población estimada para 2013 por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE.

con una proliferación de 1.200 barrios, en los que cada uno -por la dimensión de la ciudad- se constituye como un núcleo con condiciones individuales que agrupa las centralidades de una ciudad, donde en particular en Colombia, se produce el mayor número de delitos.

En un estudio de la Universidad de los Andes (Jiménez, 2006) se encomendó la identificación de lugares con intervención urgente para establecer una metodología de respuesta permanente. Este grupo encontró 31 lugares de alta peligrosidad en Bogotá, en los que se hacía necesaria -según recomendaciones finales de la investigación- presencia en dos niveles: represión a través de la Policía Nacional y desde la intervención social. Los puntos de mayor incidencia de criminalidad estaban relacionados con el abandono del Estado, medido por índices de necesidad de presencia directa en variables como nivel de empleo/desempleo, educación, ocupación y demás que serán utilizados en este trabajo para dimensionar qué tanto inciden en el comportamiento electoral de los ciudadanos.

4.3.1.1. Bogotá y sus niveles socioeconómicos

Bogotá tiene una alta concentración de población en su núcleo urbano: de las veinte localidades sólo una (Sumapaz) es de carácter rural. Sin embargo, hay amplias diferencias socioeconómicas entre los núcleos de la ciudad: por ejemplo Ciudad Kennedy tiene 898.185 hogares, mientras que Mártires alcanza 101.755.

Cuadro 23. Estratificación social y ocupación residencial en Bogotá (2013)

ESTRATO	PORCENTAJE DE POBLACIÓN	PREDIOS RESIDENCIALES*
1	9.3%	24.532
2	42.7%	179.553
3	30.2%	309.054
4	9.1%	123.158
5	3.7%	53.262
6	1.7%	43.580

*Englobados, incluyendo unidades residenciales de múltiples viviendas.

Elaboración propia con datos de Planeación Distrital (2013).

De la misma manera se destacan algunas localidades con mayor presencia de ciudadanos en edad de votar. Sobre este particular habría que señalar concretamente a Chapinero, Suba y Teusaquillo; y en el extremo contrario, es decir con más presencia de jóvenes sin edad de participar en comicios, estarían de manera destacada San Cristóbal y Usme.

En Bogotá se presenta un fenómeno que no es ajeno a las grandes concentraciones urbanas, pero que sí debe ser tenido en cuenta a la hora de hacer cualquier aproximación al comportamiento social (y electoral) de la ciudadanía. En todas las localidades de la ciudad hay mayor presencia de mujeres que de hombres, lo que a simple vista no debería destacarse porque de la misma manera es la distribución en Colombia.

Sin embargo, dentro del contexto sociológico -y unido a otras variables-, esto reporta un dato a ser tenido en cuenta en la definición de perfiles, puesto que representa hogares sin la presencia del padre, en los que las mujeres deberán hacerse cargo tanto de la educación de sus hijos como de suplir las necesidades básicas (Rico, 2007).

Tal como se presentó en el primer apartado de este trabajo en la revisión de bibliografía sobre sociología política, el voto de la mujer en primera medida es más emocional y depende de la estabilidad que tenga (Aamodt y Wang, 2009). Los estudios de la Escuela de Columbia argumentan de manera general (Lazarsfeld, 1968) que habrá más posibilidades de acudir a las urnas si se tiene el apoyo de la pareja, primero en el proceso previo de las discusiones sobre a quién votar y segundo en el acto mismo de dirigirse a las urnas.

En materia de empleo la media en Bogotá es de 10.4%⁴⁶, cifra que se sitúa por debajo de la cifra nacional, sin embargo algunas localidades superan de manera significativa los niveles, tanto de la ciudad en promedio como del país. Núcleos como Ciudad Bolívar, Rafael Uribe y Usme se despegan del resto de las concentraciones urbanas y acusan problemas graves de desocupación. Estas localidades tienen mayor

⁴⁶ Datos del DANE a mayo de 2013.

número de niños formando parte de los hogares, factores (desempleo y niños de corta edad en los hogares) que serían determinantes a la hora de abstenerse o de ir a votar (Pérez, 2011).

Adicionalmente las localidades con menor empleo, registran menor índice de escolaridad y posterior acceso a la educación superior, lo que termina convirtiéndose en un círculo negativo que mina la participación ciudadana; en tanto esas dos son variables determinantes a la hora de la movilización en el terreno electoral.

En esto último se ha establecido a través de comprobaciones empíricas, con datos cuantitativos de encuestas pre electorales de intención de voto en las presidenciales de 2006, que el mayor predictor del voto en Colombia es el nivel educativo de la población, obviamente con atenuantes dependiendo de la edad de los ciudadanos (Pérez, 2010).

4.3.1.2. Dinámica histórico-política en Bogotá

El 9 de abril de 1948 se produjo uno de los episodios que marcó de manera más traumática la vida política en Colombia, en el que la capital fue protagonista: 'el Bogotazo'. Con este nombre se bautizó a los sucesos ocurridos tras el asesinato de Jorge Eliécer Gaitán, caudillo liberal. Gaitán hacía parte de una generación de líderes populares que iban en contravía del establecimiento y marcaron el momento de su partido, uno muy importante para la determinación de su futuro en tanto -a pesar de la división de su colectividad- se pronosticaba que él iba a ser elegido Presidente de la República y con él se afianzaría la hegemonía liberal en el poder, luego de retomarlo en 1930. Su asesinato y las revueltas que siguieron dieron pie a que se agudizara la violencia entre los dos partidos predominantes, que aunque ya venía haciendo carrera, con el nuevo punto de quiebre se generaron nuevos mapas políticos, en los que se tuvo que intervenir a través de Frente Nacional para ponerle fin (Baquero, 2006).

Los sucesos que llegaron después de las revueltas en las calles bogotanas potenciaron una nueva dinámica política en Bogotá que marcaría la presencia del Partido Liberal en la capital, que daría lugar a una presencia institucional de esa colectividad en el Concejo y la elección de

los primeros alcaldes de la capital por voto popular. Históricamente el liberalismo controló las mayorías del Concejo, contando con entre el 45% y 60% de las curules, mientras que el Partido Conservador mantuvo 35% de los escaños (Rodríguez, 2005).

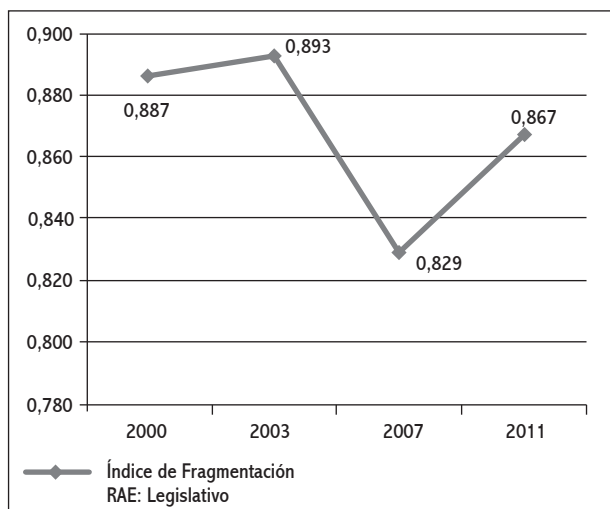
El Concejo de Bogotá era el espacio en el que se formaban los dirigentes de carácter nacional que posteriormente iban a tener injerencia en la vida política de Colombia: por su recinto pasaron expresidentes de la República como Ernesto Samper y Andrés Pastrana y el asesinado candidato presidencial Luis Carlos Galán. Sin embargo la dinámica llevó a que cuando la ciudadanía empezó a desmarcarse de la clase política tradicional, luego de las reformas y la introducción de nuevas fuerzas personalistas, los partidos perdieron espacio en Bogotá.

Ante lo expuesto, surgieron figuras que atrajeron la atención de la ciudadanía con propuestas de corte cívico, como la de Antanas Mockus, que había sido rector de la Universidad Nacional y en una campaña corta de tres meses, logró imponerse frente a contendores de trayectoria partidista. Ese mismo fenómeno se observó en las elecciones a cuerpos colegiados en la que miembros de casas políticas de tradición, como los Gómez no alcanzaron curules en el Congreso de la República y el espacio que históricamente habían tenido, fue cedido a dirigentes que si bien habían conquistado su lugar a través de los medios, no tenían presencia anterior en procesos electorales. Las figuras bogotanas de los partidos tradicionales mantuvieron sus espacios en el Congreso, sólo si habían logrado aliarse con políticos de otras regiones o si habían alcanzado visibilidad mediática. Así las cosas, dirigentes de renombre como Enrique Gómez Hurtado, Roberto Camacho y Telésforo Pedraza no alcanzaron curules en 2006. Mientras que otros como Germán Vargas Lleras, político de la capital y nieto del expresidente Carlos Lleras Restrepo, se posicionaron con votación de otros núcleos urbanos a parte de Bogotá, que también le mantuvo el apoyo.

Para 2002, los partidos tradicionales habían cedido su protagonismo a un fenómeno de dispersión que se ligaba a la facilidad de crear empresas electorales: el liberalismo redujo su participación en la Cámara de Representantes a cuatro curules por la capital, y el partido

Conservador a una. Sin embargo, del resto de los 18 representantes, 12 tenían alguna afinidad a los exponentes del bipartidismo, lo que permitía observar que si bien las condiciones no estaban dadas para mantener la presencia de estas colectividades, aún quedaba su semilla en la capital. Esto puede verse claramente en la tendencia al fraccionamiento del sistema, que si bien ha tenido altibajos dependiendo de las coyunturas políticas, el índice sigue mostrando un alto nivel en este particular, como se ve en el gráfico 9.

Gráfico 9. Comparativo del Índice de Fragmentación en el Concejo de Bogotá 2000-2011.



Elaboración propia con datos de la Registraduría

Los votantes bogotanos han mostrado que en cada elección se comportan de manera diferente (Giraldo, 2007): tres de los exalcaldes mejor evaluados (Castro, Mockus y Peñalosa), no han contado con el apoyo de los capitalinos en contiendas siguientes⁴⁷; y con mayor reafirmación que en el resto del país, en Bogotá no se presenta el

⁴⁷ Peñalosa, luego de dos intentos fallidos, regresó a la Alcaldía en 2015.

fenómeno de endoso de votos, salvo cuando los candidatos han pertenecido a clanes familiares o han sido objeto de padrinazgos.

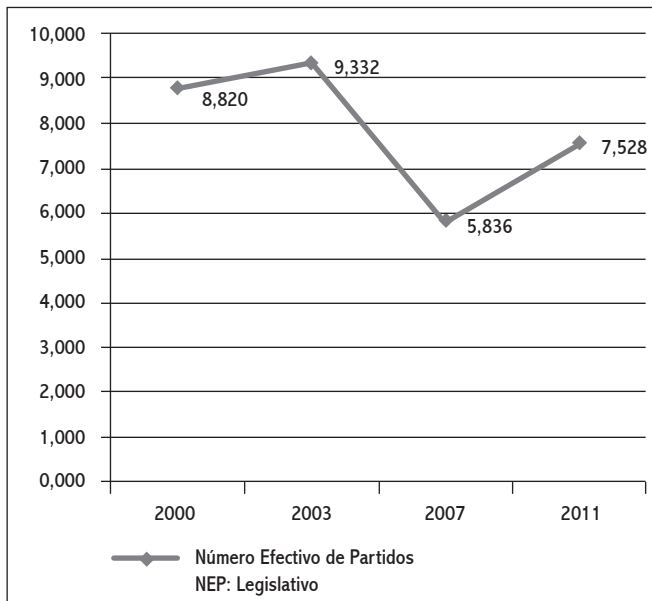
Un fenómeno le ha hecho daño a la representación de Bogotá en el Congreso de la República: los senadores y representantes que mayor votación de 'opinión' (voto blando) obtienen, son de la capital; lo anterior se basa en la posibilidad de figurar en los medios de comunicación nacionales y crear así un imaginario de presencia permanente ante la ciudadanía. Cuando estos dirigentes deciden no postularse nuevamente a una elección, los votantes bogotanos no migran sus preferencias hacia otros aspirantes y se produce abstencionismo. Ese fenómeno se ha vivido cuando por ejemplo dirigentes como Rafael Pardo, Samuel Moreno, Carlos Gaviria y Antonio Navarro dejaron sus cargos.

En la misma vía de lo que se ha expuesto en este apartado, sobre la representación directa de los bogotanos en cuerpos colegiados, hay que hacer una claridad que muestra la incertidumbre de esa representación política con la que pueden contar los capitalinos: el Concejo, que es el órgano que se encarga de resolver los problemas de la ciudad y que administra con el alcalde a través de la aprobación o no de los proyectos de acuerdo que éste presenta, ha tenido una composición numérica variable de una elección a otra. Lo anterior se había presentado porque el número de concejales no se regulaba por el censo poblacional como ocurre con todos los concejos de los municipios de Colombia, sino que la Registraduría Nacional del Estado Civil lo determinaba según los estimativos poblacionales del año inmediatamente anterior a cada elección. Así se pasó de tener 20 en 1991 a 45 en 2011 (García, 2006). Un número elevado de cabildantes, permitía la pluralidad en un escenario tan representativo de la política nacional, en la que a través de un ejercicio de política subnacional, tenían cabida los partidos protagonistas del país, en el que tomaba especial fuerza en el Concejo el partido o la coalición del alcalde que ganaba las elecciones.

Sin embargo las reformas políticas que ya se han citado en este escrito, hicieron su trabajo también en Bogotá y redujeron el número de colectividades representadas en el Concejo y por ende en la capital:

de 16 partidos con curules en 2000, el número se redujo a 10 en las de 2011 (ver gráfico 10). Además, en el proceso de reacomodo de fuerzas políticas, se presentó una alta migración entre colectividades, registrándose cambios de partido en 44% de los concejales en las elecciones de 2003.

Gráfico 10. Comparativo Número Efectivo de Partidos Concejo de Bogotá 2000-2011



Elaboración propia con datos de la Registraduría

Las transformaciones electorales de los últimos años han cambiado los balances de poder de los cuerpos colegiados bogotanos y su incidencia en la política nacional. Hay que decir que debido a la extensión de Bogotá y a la división administrativa, las Juntas Administradoras Locales, elegidas popularmente como cuerpos coadministradores de las alcaldías menores, habían tenido un peso considerable por el número de votos que obtenían y que mantenían en clientela algunos, o con estrategias de fidelización, otros. Sin embargo tanto éstas (JAL) como el Concejo no son -luego de las reformas- el trampolín político que

eran hace pocos años. Sobre este particular, Mauricio García (1999), investigador social dice:

“(…) mientras que entre el 15% y el 30% de políticos que encabezaron listas de Concejo en el período 1984-1992 correspondía a la categoría de ‘notables’, sólo entre el 0 y el 11,4% de quienes encabezaron listas en 1994-2000 pertenecían a esta categoría; en segundo lugar, también disminuye progresivamente el número de concejales que llegan a la Cámara: de 5 en 1991 pasan a 4 en 1994 y a 2 en 1998”.

Este cambio de proyección desde lo local hacia el poder nacional y la irrupción en escena de nuevos actores políticos, hizo que los dirigentes de los partidos tradicionales bogotanos perdieran legitimidad y fuerza a la hora de liderar sus colectividades, gracias a que la decisión que antes recaía sobre sus hombros de determinar quiénes hacían parte de las listas de los partidos llevaba a que al mismo tiempo se estuviera definiendo quiénes obtendrían una curul en el Concejo de la capital (Guzmán, 2005).

4.3.1.3. Dinámica política en Bogotá en el nuevo siglo

A partir de la pérdida de fuerza de los partidos tradicionales en Bogotá y de que la política dejara de estar atada a las decisiones de los ‘notables’ (para seguir usando el término acuñado por García (1999)), los dirigentes sobresalientes de movimientos independientes presentaron sus nombres a consideración de los electores, con buenos resultados.

Así las cosas, Antanas Mockus y Enrique Peñalosa, avalados por grupos cívicos llegaron a la Alcaldía y terminaron sus períodos con evaluaciones positivas por parte de la ciudadanía. Esto les permitió mantenerse en la arena política aspirando incluso -en el terreno nacional- a la presidencia de la República, el primero con resultados positivos, al disputarse el cargo con Juan Manuel Santos en el *ballotage* de junio de 2010; y el segundo con la consolidación de un reconocimiento nacional e internacional como buen ejecutor.

Esa sucesión de alcaldes fuera del bipartidismo allanó el camino para que en 2003, Lucho Garzón representante de la izquierda, que había sido dirigente sindical, llegara a regir los destinos de Bogotá y que posteriormente a él, esa dignidad la mantuvieran quienes fueron en su momento copartidarios suyos (Samuel Moreno y Gustavo Petro).

Aunque las coyunturas particulares de la llegada de Moreno, elegido por el mismo partido de Garzón (Polo Democrático); y de Petro que llegó a través de un movimiento personalista llamado Progresistas, merecerían un estudio particular, hay que decir que el electorado bogotano, ha buscado un contrapeso a la tendencia derechista que se asentó en el palacio presidencial desde los noventa del siglo pasado (salvo los cuatro años de gobierno de Ernesto Samper 1994-1998). Además, que el relegamiento del poder de los partidos permitió que la población prefiriera decantarse por opciones personalistas en vez de esperar qué tipo de instrucciones daban las colectividades (Rodríguez, 2010).

Una ciudad como Bogotá se mueve en procesos políticos de permanente renovación, si bien la izquierda ha gobernado en los últimos años desde Luis Eduardo Garzón, no puede hablarse que lo haga una misma tendencia del espectro: tanto Garzón, como Moreno y Petro tienen orígenes diferentes, lo que de alguna manera ha servido para que no se desgaste ese sector político e incluso parta con buenas opciones en las locales de 2015.

4.3.2. Contexto político y social de Medellín

La segunda ciudad colombiana en número de población tiene una historia política que refleja la división de los dos partidos tradicionales. Aunque sus élites han marcado desde años atrás una tendencia hacia el conservatismo, la dinámica ha promovido dirigentes destacados dentro del Partido Liberal. Basta citar al exsenador Bernardo Guerra Serna, uno de los líderes liberales más importantes de Colombia en la década de los 80 del siglo pasado. De su casa política surgió como dirigente el expresidente Álvaro Uribe Vélez, antioqueño también y con fuertes raíces en la ciudad de Medellín.

La ciudad tiene un pasado que ha permanecido en el imaginario no sólo de los locales sino en el estigma de que una de las organizaciones criminales más grandes del país tuvo asiento en Medellín. El cartel liderado por Pablo Escobar y su forma de relacionarse con sectores menos favorecidos en materia económica hizo que se creara una división social que ha sido materia de estudio (Franco, 2006).

Una parte de la ciudadanía de Medellín, que se había sentido excluida en materia de privaciones materiales, construyó una relación que de alguna manera tocaba un vínculo directo con los criminales. El mismo Escobar fue elegido Congresista y mantuvo un esquema de dependencia de su clientela, a través de dádivas directas como la construcción de escenarios deportivos patrocinados por él mismo. Se generó una nueva relación de poder entre quienes suplieron los espacios dejados por el Estado y un sector de la sociedad que prefirió aferrarse a esa facilidad de obtención de bienes materiales, con la consecuencia de pérdida de los vínculos con las normas sociales que se presenta en este tipo de dependencias (Pérez y Mora, 2006).

Los indicadores que reafirman la exclusión social hablan de una baja presencia de las autoridades o de alguien que supla su papel en lugares donde confluyen condiciones de pobreza y desempleo; y variables de insatisfacción como los bajos niveles de educación, calidad de vida y demás que terminan agrandando la brecha social. Sobre este particular es necesario decir que si bien Medellín ha vivido situaciones difíciles en su pasado, hoy no son tan palpables, puesto que las últimas administraciones han invertido cuantiosos recursos en educación como medio para superar las desigualdades⁴⁸; y los resultados empiezan a hacerse visibles en variables como la disminución de la tasa de homicidios, que pasó de 381 por cada 100.000 habitantes en 1991 a 46,6 en 2012⁴⁹.

⁴⁸ Sergio Fajardo, alcalde entre 2003 y 2007 invirtió 60% del presupuesto de la ciudad en educación.

⁴⁹ Cifras oficiales de las autoridades de Policía.

Sin embargo, aún hoy este tipo de marginalidades podrían definir la relación de la ciudadanía con los procesos de participación, en tanto un porcentaje significativo está excluida socialmente hablando (Álvarez y otros 2011), lo que llevaría a que se revisen las condiciones por las que se crean relaciones entre ciudadanía y Estado. En este aspecto, las últimas administraciones han avanzado en replantear la priorización de los recursos públicos para suplir las altas carencias que tiene la ciudad, y las realidades derivadas de estas decisiones han sido positivas: 85% del presupuesto de Medellín se destina a inversión social, a través -entre otros mecanismos- del programa Presupuesto Participativo en el que la misma ciudadanía prioriza dónde quiere que se inviertan los recursos.

4.3.2.1 Medellín y sus niveles socioeconómicos

Al ser la segunda ciudad de Colombia, con una vocación industrial desde mediados del siglo XX, Medellín ha contado con ciertas ventajas comparativas con el resto de las ciudades del país: en el auge de la industrialización, en la ciudad surgió una clase media con capacidad de ahorro, que tenía acceso a vivienda en modalidad de crédito otorgado por las empresas -inicialmente- y por instituciones financieras después.

Los dueños de las nacientes industrias conformaron una élite social que tuvo (y aún la tiene) influencia sobre la clase política dirigente. En Medellín se ha marcado de manera clara la diferencia entre liderazgo político y liderazgo empresarial: han sido pocos los industriales que intentaron involucrarse como candidatos y de la misma manera los políticos que han competido en el terreno empresarial de manera destacada. Esta estabilidad hizo que se presentara en Medellín un flujo importante de migración de otras ciudades y las ventajas comparativas dejaron de ser tan obvias. Indicadores como el desempleo siguen siendo una preocupación para las autoridades en tanto la ciudad registra un índice en este particular de 13,1% para mayo de 2013, mientras que la media nacional es de 10,2%⁵⁰. Sin embargo hay una tendencia en crecimiento en la ciudad asociada al incremento de

⁵⁰ Fuente Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE, mayo de 2013.

oportunidades laborales en el sector de servicios asociado al turismo de negocio y de descanso (Medellín en cifras, 2011).

Esto último se ha logrado gracias a la consolidación de la presencia conjunta y de manera institucional tanto de las administraciones públicas como de los gremios y el sector empresarial. Para este propósito han participado de manera activa los gobiernos nacional, departamental y municipal en promover a Medellín como sede de diferentes eventos de carácter internacional como la 38 Asamblea General de la OEA, realizada en junio de 2008 y la Asamblea de Gobernadores del BID en junio de 2009 y el World Urban Forum de la ONU en 2014.

A lo anterior hay que decir que aunque en la ciudad se realizan grandes eventos, que proveen de nuevos recursos en los campos anteriormente descritos, la percepción ciudadana es que hace falta más fuerza de parte de la administración municipal para avanzar en un tema tan demandante como la generación de empleo.

En la encuesta *Medellín, ¿cómo vamos?* (2012), realizada por la suma de universidades, medios de comunicación y empresariado, el tema que más se pide solucionar es precisamente el empleo: el 83% de los encuestados respondió que éste es el problema al que más debería prestarle atención la alcaldía. El segundo es salud, con 40%. La distancia entre uno y otro, muestra el índice de prioridades para la población.

En otro campo, que es motivo de análisis de este trabajo, se observa una satisfacción alta con respecto a la calidad de la educación que se recibe en Medellín: con una nota de 3,9 sobre 5, los habitantes de la ciudad refirieron su beneplácito en este particular, lo que confirma la apuesta que se ha hecho desde varios sectores para mejorar el acceso y la calidad en este aspecto que determina la posibilidad de acceso a mejor calidad de vida (Medellín, ¿cómo vamos?, 2012).

Pero se reconoce además a Medellín, como una ciudad con un alto grado de conservadurismo, no sólo en el terreno partidista del término, sino como depositaria de una de las tradiciones sociales más arraigadas del país, los votantes de Medellín han sido parcos a la hora de tomar riesgos.

Según estudios de la Misión de Observación Electoral (2011), el 25,3% de los medellinenses dijeron haber votado alguna vez por una mujer. En comparación con otras regiones de Colombia, como Bucaramanga, donde ese porcentaje crece a 52,3%⁵¹. Lo anterior podría entenderse como una paradoja si se tiene en cuenta la concepción matriarcal del medellinense y sus ancestros: la antioqueña es una sociedad en la que la mujer cumple un papel determinante en los procesos de formación y es la que define -a través de concepciones religiosas- el carácter de los miembros de su familia (Jaramillo, 1982).

Algunos investigadores de este tipo de procesos al interior de la sociedad antioqueña han coincidido en afirmar que precisamente por esa misma tradición, la mujer -aunque participe de manera protagónica en la educación y formación de los niños- se auto margine siguiendo patrones afincados en la religión (Jaramillo, 1982). Trayendo esto al presente, habría que decir que de 21 concejales que tuvo la ciudad de Medellín, elegidos todos por voto popular, en las elecciones de 2011 sólo una mujer consiguió curul. Además, ninguna mujer ha sido elegida como alcaldesa de la ciudad.

En materia partidista, hay poca afinidad de los medellinenses con las colectividades que votan y existe más que eso, una propensión a favorecer a dirigentes carismáticos en elecciones unipersonales o a líderes cercanos a sus comunidades cuando son elecciones de cuerpos colegiados, como el Concejo.

Como se planteaba en un apartado anterior, la tradición que rodea al medellinense puede influir, en que si bien no hay un motivador desde el terreno institucional que lo lleve al voto, la costumbre sea la que lo lleva a acercarse a las urnas (Bedoya, 2012).

La derrota de los dos partidos tradicionales que salieron de la escena en las elecciones de 2003, con la llegada de un *outsider* como Sergio Fajardo a la Alcaldía de la ciudad, no supuso un resquebrajamiento

⁵¹ Encuesta Percepción electoral de los votantes colombianos. MOE y UNDEF, 2011.

de esas colectividades, en tanto que mantuvieron su fuerza en las corporaciones locales (Concejo de Medellín y Asamblea de Antioquia). Sin embargo el hecho de haber en la agenda una nueva tipología de hacer política, con dirigentes que se apartaban de los partidos tradicionales propició que la ciudadanía participara de manera más activa y ese alcalde en particular (Fajardo) fuera elegido con casi el doble de los votos que tradicionalmente elegían a la máxima autoridad del Municipio⁵².

A pesar de que Medellín es una ciudad que tiene los dos tipos de población (urbana y rural), la lógica por la que se mueve en el terreno electoral es la asociada a las relaciones uno a uno que marcan las campañas urbanas (Pérez, 2005). Lo anterior hace que los candidatos dediquen buena parte de sus esfuerzos a visitar las diferentes zonas de la ciudad y organicen su trabajo basados en las diferencias que hay en cada una de ellas.

La ciudad está dividida en 16 comunas, todas de corte urbano. En ellas se ven reflejados los estratos socioeconómicos del 1 al 6, donde 1 es bajo y 6 es alto (ver cuadro 24). Además de cinco corregimientos, todos de naturaleza rural, que tienen poco peso en la votación final y por esa razón son poco tenidos en cuenta por los candidatos a la hora de hacer sus recorridos en busca de votos.

Cuadro 24. Población de Medellín por nivel socioeconómico (2013)

ESTRATO	PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN
1	10.57%
2	37.74%
3	31.54%
4	9.73%
5	7.28%
6	3.15%

Elaboración propia, con datos de Planeación Municipal (2013)

⁵² Sergio Fajardo fue elegido en 2003 con 208.211 votos, mientras que su antecesor en el cargo, Luis Pérez obtuvo 128.206 votos.

4.3.2.2. Dinámica histórico-política en Medellín

Al igual que el resto del país, Medellín vivió transformaciones en materia de representación en su cuerpo colegiado más importante, el Concejo, debidas a las nuevas realidades de apertura a la participación de partidos que surgieron al amparo de la Constitución de 1991 y sus reglamentaciones más flexibles. Por ejemplo, para 1988, el Partido Conservador logró mayoría en el Concejo al obtener 50% de las curules, mientras que el Liberal consiguió 45% de los escaños. Sólo el 5% quedó en manos de otros partidos minoritarios.

El contraste se observa de manera clara en las elecciones de 1992, cuando los conservadores siguen siendo mayoría (no absoluta) con 45%, los liberales redujeron su participación a 35% y los otros partidos suben notoriamente su fuerza al tener 20% de los escaños.

Esta situación se revirtió de nuevo a raíz de las reformas políticas; la primera sobre todo, realizada en el año 2000, que llevó a que se redujera el número de partidos en las corporaciones y en Medellín los conservadores retoman la hegemonía al obtener 57% de las curules, mientras que el Partido Liberal conquista 38% de las mismas y los demás partidos regresan al nivel histórico de 4,8%. Lo anterior no sigue ninguna lógica de partidos, en tanto el alcalde elegido en ese año de retoma del Concejo por parte de los conservadores, fue Luis Pérez Gutiérrez, avalado por el Partido Liberal. Sin embargo hay que indicar que ese año se presentaron a la competencia electoral, dos candidatos con trayectoria dentro del Partido Conservador, Sergio Naranjo (que había sido alcalde 1995-1997) y Jaime Arrubla, que tenía el respaldo de los tres grupos conservadores mayoritarios de la ciudad (Unionismo, Progresismo y Coraje).

Aunque la dispersión de candidatos al cargo unipersonal en esta elección en particular haya podido producir el efecto de apoyo ciudadano al partido en votos para Concejo pero no en votos para la Alcaldía, en la ciudad no hay una marcada disciplina de voto de partido y el sistema electoral permitía en ese entonces (no así luego de la reforma de 2003) que los candidatos a Concejo no acompañaran al candidato de su colectividad. En ese sentido, un buen número de aspirantes a

concejal del partido Conservador, respaldó la candidatura liberal de Luis Pérez Gutiérrez.

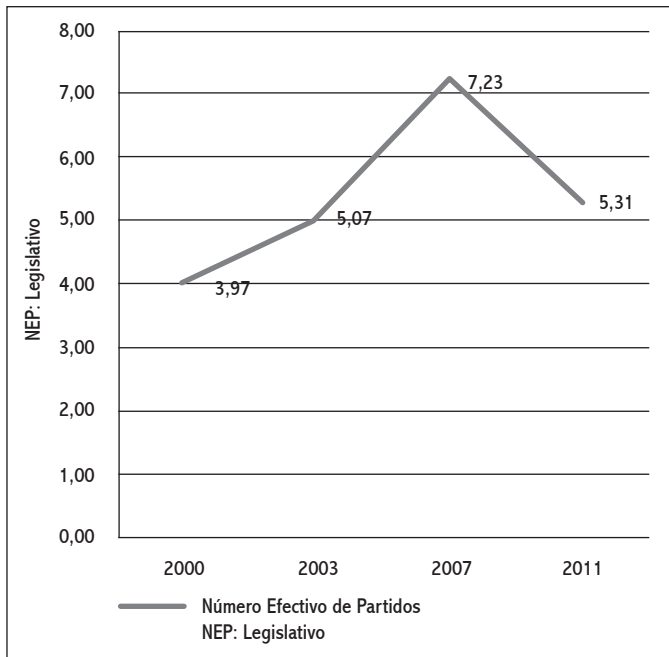
La competencia que se desató a partir de las nuevas medidas introducidas en la reforma de 2003 hizo que, si bien los partidos se fortalecieron al interior porque a partir de ese momento la ley obliga a presentar una sola lista por colectividad, se desencadenara una lucha entre los mismos candidatos que ven en sus compañeros de partido a sus competidores más cercanos (Arenas y Bedoya, 2011).

Es interesante observar en un período de cuatro elecciones (2000-2011) cómo ha evolucionado la presencia de los partidos políticos en el cuerpo colegiado de Medellín (Concejo) (ver gráfico 11), donde en las jornadas de 2003 y 2007 se presentó una división de los partidos tradicionales en varios movimientos que lograron curules. Sólo hasta 2011 se agruparon en sus colectividades de origen. En este período de tiempo por ejemplo, el Partido Conservador estuvo representado por sus listas oficiales más las de los movimientos Progresismo Democrático y Equipo Colombia (antiguo Unionismo).

Se espera, sin embargo, que el reflejo de la reducción del número de partidos que produzca la elección de 2014 en Congreso⁵³, presente una disminución de este indicador en las contiendas futuras.

⁵³ Cuando el umbral para mantener personería jurídica suba a 3%.

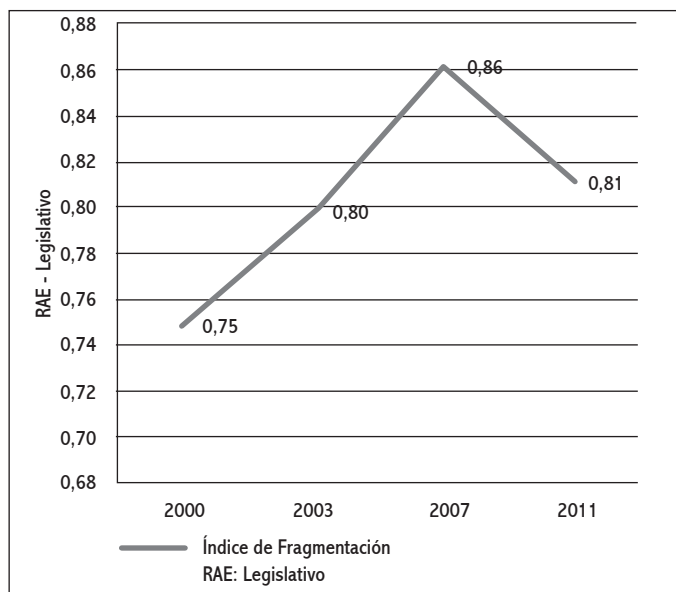
Gráfico 11. Número Efectivo de Partidos, Concejo de Medellín
Evolución 2000-2011



Elaboración propia con datos de la Registraduría Nacional

De la misma manera es evidente que en las elecciones de 2011, cuando los conservadores que antes habían participado de manera dividida, lo hacen por un solo partido; el Índice de Fragmentación de RAE tiende a reducirse (ver gráfico 12), incluso, aunque aún subsistan divisiones representadas en partidos como la U y Cambio Radical, que seguramente retornarán a sus casas de origen en elecciones subsiguientes, lo que podría bajar los niveles de este indicador.

Gráfico 12. Índice de Fragmentación RAE, Concejo de Medellín
Evolución 2000-2011



Elaboración propia con datos de la Registraduría Nacional

En las elecciones de 2011 se consolida un proceso de migración política, un fenómeno motivado en parte por el endurecimiento de requisitos previstos en las reformas de 2000 y 2003, que sin ninguna relación ideológica de por medio mueve algunos dirigentes entre partidos personalistas hacia las colectividades que se vislumbran como protagonistas de la escena definitiva.

Este proceso venía afianzándose desde las elecciones de 2003 en las que se observaba acción desde dos frentes: el traslado de facciones enteras que se movilizan con sus clientelas (ese traslado no incide de manera negativa en los resultados finales de acompañamiento de parte de éstas); y las otras que conllevan una migración de figuras con protagonismo, que aportan con su presencia en lo que en Colombia se conoce como el ‘voto de opinión’ (voto blando).

Esa exposición de nuevas figuras produjo un aumento de la participación electoral, que podría explicarse por la oportunidad de votar por candidatos diferentes a los que se habían presentado desde los partidos políticos.

En este reacomodo de fuerzas, en la fase inicial los liberales obtuvieron la mayor ganancia, porque por primera vez lograron ser la bancada con mayor número de curules (en 2003 obtuvieron 7 escaños, de 21 posibles) en el Concejo de Medellín.

Los conservadores, que habían sido mayoría en ese cuerpo edilicio redujeron su participación a sólo dos asientos, en tanto que Equipo Colombia, movimiento de origen conservador (que más tarde migraría a su casa de origen), obtuvo en esa oportunidad 5 curules.

Para 2011, en Medellín se terminó de consolidar el proceso migratorio, y con la llegada de Equipo Colombia al Partido Conservador se equipararon a cuatro curules con los liberales; sin embargo en una ciudad de marcado acento 'uribista', como lugar de origen del expresidente Uribe, el partido que para ese entonces se asociaba con él, el Partido de la U, obtuvo 6 escaños. Sin embargo siempre se ha planteado a la U como una colectividad con poca vocación de permanencia, a diferencia de las dos tradicionales. De ahí que podría producirse en el corto plazo un nuevo proceso de migración en el que de este partido regresen los dignatarios y sus bases, a sus casas políticas de origen.

Todo esto ha llevado a que sea palpable un cambio de mapa en la política de Medellín (Arenas, Echeverry y Bedoya, 2011) lo que lleva a revisar su evolución a la luz de otras variables que no se han considerado hasta ahora, como el proceso de reacomodo de los partidos y quiénes tendrían control al interior de los mismos.

Hacia el futuro, cuando se hayan consolidado los resultados del nuevo sistema político en el que el umbral del 3% definirá la suerte de las colectividades a nivel nacional y se pueda medir su impacto con las primeras elecciones locales después de eso, se tendrá que observar cuál es el reflejo de éstas en el terreno local.

4.3.2.3. Dinámica política en Medellín en el nuevo siglo

Desde el año 2000 la política en la ciudad empezó un proceso de transformación que no se creía viable, cuando los partidos tradicionales perdieron terreno en la elección unipersonal para definir al alcalde. Si bien se impuso Luis Pérez que representó al liberalismo, una tercería encabezada por Sergio Fajardo obtuvo una representación importante, sobreponiéndose a los demás candidatos en algunos lugares de la ciudad.

Fajardo logró un desempeño positivo en comunas donde se había perdido para ese momento cualquier sintonía con los partidos tradicionales. El caso más vívido se vio en la Comuna 14 (El Poblado), un sector de clase alta donde no hay apego a las directrices de los partidos en el que obtuvo 43% de la votación total. Una ventaja adicional para Fajardo en esta elección es que pocos aspirantes al Concejo usaron su nombre como fórmula, lo que demostró a los votantes con marcado rechazo hacia la clase política, de que no había relación entre él y los políticos tradicionales (Escobar y otros, 2000).

Los resultados de las elecciones del año 2000 fueron favorables a Luis Pérez del Partido Liberal y dejaron a Sergio Fajardo relegado al tercer lugar, por debajo de Sergio Naranjo, que ya había sido alcalde, pero delante de Jaime Arrubla que representaba los otrora equipos políticos más poderosos de Antioquia, que habían tenido la capacidad -en el pasado- de señalar cuáles iban a ser las autoridades locales.

La política en Medellín tiende en mayor medida a buscar referentes personalistas y a dejar de lado cualquier relación con los partidos que hasta hace pocos años dominaban la escena local. Si bien los candidatos aún buscan los avales de los partidos y es claramente identificable a qué colectividad pertenece cada aspirante, tanto a Alcaldía como a Concejo, el peso que tienen éstos en las elecciones no es determinante.

Ninguno de los alcaldes que ha ocupado el cargo desde que se implantó la elección popular debe su triunfo a la fuerza de un partido, sino a la conexión personal que lograron hacer con el electorado: Juan Gómez Martínez era director del periódico El Colombiano

(Alcalde 1988 - 1990 y 1998 - 2000), Omar Flórez era un líder cívico (Alcalde 1990 - 1992), Sergio Naranjo fue presidente de un equipo de fútbol (Alcalde 1995 - 1997), Luis Pérez era un dirigente carismático de origen popular (Alcalde 2001 - 2003), Sergio Fajardo un *outsider* que se impuso sobre los partidos (Alcalde 2004 - 2007), Alonso Salazar era la continuidad de Fajardo (Alcalde 2008 - 2011) y Aníbal Gaviria era reconocido como exgobernador de Antioquia exitoso y líder carismático (Alcalde 2012 - 2015).

En el caso del Concejo, los aspirantes han logrado consolidar sus clientelas a tal punto que son reconocidos, no como parte de sus partidos, sino como dirigentes con incidencia directa en determinados territorios de la ciudad y cada uno obtiene su votación en nichos muy definidos de Medellín. En la ciudad se valora la cercanía que pueda tener la ciudadanía con los candidatos (Bedoya, 2012) y este factor se convierte en determinante a la hora de definir el comportamiento electoral de los medellinenses. Al ser una ciudad mediana en tamaño de población, pero con sub núcleos urbanos muy concentrados, se facilita el ejercicio proselitista bajo estas condiciones.

4.3.3. Contexto Político y social de Cali

Al igual que Medellín, Cali tiene el estigma de haber sido sede de un cartel de la droga que corrompió la sociedad desde sus cimientos. Ese factor ha hecho que, inevitablemente, todo lo relacionado con participación ciudadana sea objeto de análisis desde un punto de vista diferente a como se estudia otro tipo de urbes. La política local caleña no había sido la única permeada por los dineros del narcotráfico y al contrario, como se expresó en el contexto de Medellín, el alcance había llegado incluso hasta elecciones presidenciales.

En 1994, se conocieron unas grabaciones, entregadas por el candidato Andrés Pastrana al entonces presidente César Gaviria, cuatro días antes de la jornada electoral en las que se evidenciaba una injerencia de la mafia en la campaña presidencial de Ernesto Samper, quien fuera elegido ese año para el período 1994-1998 (Vargas y otros, 1996).

Lo que habría que destacar en estas revelaciones, que posteriormente se convirtieron en el proceso de investigación más sonado en Colombia en muchos años, conocido como el Proceso 8.000⁵⁴, que detrás de lo que investigaron los medios de comunicación y los organismos de control del Estado, en la dinámica local había una red de dirigentes relacionados con los capos del Cartel que tenían como misión penetrar la política, tanto en esta ciudad, como a nivel nacional.

Esta serie de relaciones hizo que en algunos municipios cercanos a Cali tuvieran cabida electoralmente hablando, los candidatos avalados por la mafia. Sin embargo, los partidos políticos y la sociedad civil mantuvieron su presencia institucional y aunque fueron algunos permeados, no todos hacían parte del control que ejercían los ilegales.

4.3.3.1. Cali y sus niveles socioeconómicos

En Cali se ha presentado una disputa entre casas políticas, de un lado los conservadores con la familia Lloreda, que se mantuvo vigente a través del poder social que les daba el ser los dueños del medio de comunicación por excelencia del Valle del Cauca⁵⁵, el periódico El País y los liberales, representados entre otros por los Trujillo, que a través de Carlos Holmes⁵⁶ y su hermano Víctor Renán han incidido en los movimientos del poder local.

Antes de esa intervención política de los partidos tradicionales, en Cali ya existía un liderazgo representado en la clase empresarial que a través de los ingenios azucareros tenían control de buena parte de los intereses económicos de la población y por ende incidían en las definiciones del poder político (Blasier, 1966). En estas épocas no existía ni la elección popular de alcaldes ni la de gobernadores, que como ya se planteó en este trabajo, se reglamentó a partir de la Constitución de 1991; lo que permitía de manera más expedita que

⁵⁴ Por el número que le tocó en reparto en la Fiscalía General de la Nación.

⁵⁵ El Valle del Cauca es el departamento, del cual Cali es su capital. Tiene 4.520.480 habitantes (proyecciones para 2013).

⁵⁶ Fue candidato a la Vicepresidencia de Colombia en 2014.

esa élite empresarial participara de las definiciones de los nombres que tendría en cuenta el presidente de Colombia para nombrar gobernador y una vez conseguido este propósito, se intervenía en el nombramiento del alcalde de Cali.

Cali ha tenido históricamente una clara tendencia a favorecer al Partido Liberal en las urnas y esa misma forma de expresar un alejamiento a postulados del conservadurismo social, originó que la ciudad fuera escenario de varias transformaciones políticas como la llegada del Movimiento de Renovación Liberal de Alfonso López Michelsen, disidencia hacia la izquierda de su partido y posteriormente la irrupción de la ANAPO, el movimiento de Gustavo Rojas Pinilla⁵⁷ que logró conquistar la mitad del Concejo de Cali, en alianza entre otros con el Partido Comunista.

Con estos antecedentes, en Cali se dieron varias protestas sociales que reclamaron mejoría en la calidad de vida de los habitantes más pobres de la ciudad. Lo anterior se evidenció en el movimiento que en la década de 1970 buscó vivienda y servicios públicos para este sector, a través de protestas encabezadas por personas que habían llegado a Cali en años anteriores y que buscaron de esta manera un espacio en el que pudieran construir su propio núcleo social dentro de la ciudad (Vásquez, 2001).

Cali tiene una división urbana y rural con marcada diferencia entre unas y otras en el aspecto socioeconómico: a nivel urbano la alcaldía de la ciudad reconoce 22 comunas y 15 a nivel rural, con una variada configuración de más de 250 barrios. Lo anterior permite, en materia social, establecer de manera más precisa perfiles de pobladores según variables que delimitan la calidad de vida, que son las mismas que se plantean en el modelo estadístico de este trabajo.

⁵⁷ Militar. Fue presidente de Colombia, llegando a través de un golpe de estado en 1953 al conservador Laureano Gómez.

La relación de los caleños con sus autoridades y con la sociedad en general está determinada por los alcances sociales que se han logrado en los últimos años a partir de los procesos de descentralización en Colombia que iniciaron en 1983, con la decisión del gobierno nacional de ceder competencias para fortalecer la interacción del ciudadano con el Estado.

En Cali, particularmente, lo que primó en este proceso fue la necesidad de ofrecer soluciones en áreas específicas como la educación e infraestructura que generaba empleo (Correa, 2012); sin embargo, sólo sería hasta la elección popular de alcaldes donde se gestó la semilla de la participación ciudadana motivada por ejecutorias de sus dirigentes. Es decir: se configuraba la movilización del ciudadano a la vez que se entregaban obras de gobierno que satisficieran las necesidades expresadas en medio de las campañas electorales o en los procesos de protesta social que, como ya se planteó, en Cali tenían un terreno abonado.

Por ejemplo, el primer alcalde por elección popular (1988 – 1990), Carlos Holmes Trujillo⁵⁸, enfocó su trabajo en dejar acciones asociadas a un mayor bienestar de la población desde la salud, además fue en su mandato cuando se regularon castigos para quien contaminara el medio ambiente e igualmente se desarrolló el plan de actualización de la estratificación socioeconómica.

En las alcaldías siguientes se intensificó la apuesta por involucrar a la ciudadanía en los procesos de gobierno, sobre todo en la administración de Germán Villegas (1990-1992), en la que se aprobó el primer Plan de Desarrollo, que obligaba a someter a aprobación del Concejo la carta de navegación de una alcaldía en particular.

Villegas promovió como política pública que aún se le reconoce, los avances necesarios para proveer de agua potable a zonas deprimidas de la ciudad que no contaban con el servicio. Igualmente creó nue-

⁵⁸ Del Partido Liberal.

vas dependencias que sirvieron para acercar más al ciudadano con el Municipio, a la vez que se generaban políticas públicas para proteger al menor, esto a través de la Personería Delegada para la Defensa del Menor y la Familia.

Hay algunos temas que son de preocupación permanente para la sociedad caleña, y que como tales aparecen en cada campaña electoral, con el fin de ser puestos a consideración de los candidatos y encontrar soluciones y son además los que tienen más incidencia a la hora de movilizar ciudadanos a las urnas. Uno de los más trascendentes es el desempleo: con una tasa de desocupación de 16,4%⁵⁹, en la ciudad no han podido encontrarle solución a un problema que ha crecido en los últimos años.

Las cifras oficiales hablan de un incremento en 18.000 personas más con desocupación frente al mismo número de mayo de 2012. Sin embargo hay un sector en especial que ha mostrado crecimiento en este rubro, la construcción⁶⁰, lo que fortalecería mejoras en las condiciones sociales de ese sector específico de la población.

Estas variables sociales, que afectan de manera directa los procesos de participación ciudadana porque generan menores niveles de confianza en los caleños hacia sus autoridades, pasan por un momento de difícil recuperación en tanto un sector como el de la salud se mantuvo estancado hasta el 2010, momento en el que se mostró un crecimiento significativo en cobertura de un año a otro (Cali en cifras, 2011).

4.3.3.2. Dinámica histórico-política en Cali

En Cali ha existido una división muy clara entre estratos socioeconómicos para definir apoyos electorales. En las elecciones a cargos unipersonales es evidente el respaldo por sectores de la población, por ejemplo, en la campaña para elegir alcalde de Cali en 2007, los estratos bajos apoyaban de manera decidida a Jorge Iván Ospina,

⁵⁹ Cifra del DANE para mayo de 2013.

⁶⁰ Ha crecido en 11% para mayo de 2013, frente a la última medición de febrero del mismo año.

mientras los altos respaldaban la candidatura de Francisco Lloreda (Pinto, 2008). Ospina ha tenido una tradición familiar dentro de las causas sociales de su región y Lloreda hace parte de uno de los clanes políticos y económicos más importantes del Valle del Cauca.

El caso particular de Ospina (2008 – 2011), quien fuera elegido en esa contienda como alcalde de la ciudad, refleja el peso que han tenido tradicionalmente los votantes de estratos bajo y medio, no sólo por ser el mayor número de personas representado en la estratificación (ver cuadro 25), sino por la divergencia de micro grupos que existen: los primeros que dieron el apoyo a Ospina fueron las organizaciones indígenas y negras de Cali, que aglutinan una fuerza numerosa y compacta.

Cuadro 25. Estratificación socioeconómica de Cali

ESTRATO SOCIOECONÓMICO	PORCENTAJE DE POBLACIÓN
1	21.43%
2	31.57%
3	30.61%
4	7.21%
5	7.23%
6	1.94%

Elaboración propia con datos del Departamento Administrativo de Planeación de Cali (2013).

Paradójicamente, mientras se presentaban apoyos de minorías que lograban transformaciones en la política de la ciudad, que permitieron la llegada de Ospina y antes de él de otros dirigentes como Apolinar Salcedo alejados de la élite dominante; los partidos tradicionales mantuvieron el control del Concejo de Cali⁶¹, lo que denota una mayor presencia de maquinaria política para elecciones a cuerpos colegiados

⁶¹ En las elecciones de 2007, cuando ganó Jorge Iván Ospina la alcaldía, de 21 curules que tiene el Concejo de Cali, 14 quedaron en manos de los partidos Liberal y Conservador.

y una incidencia preponderante de factores clientelares, que se han ido deslindando de elecciones unipersonales.

Para reafirmar lo anterior, hay una particularidad que se evidencia en este tipo de elecciones -en las que se concurre para proveer un cargo como la alcaldía o la gobernación-, es común que los candidatos propendan por ocultar cualquier asomo partidista que puedan haber tenido en su pasado, por la tendencia en la ciudadanía a favorecer aspirantes de corte cívico o independiente (Llano, 2007). Lo anterior hace que los partidos tradicionales hayan aceptado que su rol, si bien sigue siendo importante y hacen parte de las coaliciones que gobierna la ciudad, no sea determinante en la definición de quiénes serán los candidatos que podrían alcanzar la victoria, como sí sucedía antes de las reformas políticas de las que ya se ha hablado extensamente en este trabajo.

Si bien es cierto también -en esta misma vía- que la polarización que se construye alrededor de las personas en estos debates electorales, determina qué sectores socioeconómicos respaldan cuál candidatura, hay otro tipo de factores que pueden incidir en obtener respaldo en todo tipo de grupos sociales. Lo anterior se ejemplifica con Francisco Lloreda, con una ascendencia sobre las clases altas, como ya se dijo; pero que específicamente en la elección de 2007 obtuvo mayorías en la comuna 4, donde el estrato 2 es más fuerte, debido a acuerdos que sumaron votos, en los que el partido Liberal que adhirió a su candidatura, ha tenido presencia en esa zona.

4.3.3.3. Actualidad política en Cali

La sociedad misma de Cali está polarizada y eso se refleja en las campañas que se realizan tanto para elegir alcaldes, gobernadores, concejales y diputados que actuarán en la misma ciudad, como los demás cargos del orden nacional, que sólo buscan votos en la región pero tendrán incidencia en otro ámbito.

La sociedad traslada sus necesidades a sus dirigentes y dentro de esa premura por encontrarle solución, se evidencia de manera más palpable la brecha que hay entre las dos realidades opuestas de la ciudad

(Quintana y Llano, 2007). Entre dos candidatos a la Alcaldía de Cali⁶² obtienen 86,58% de los votos totales, cuando competían 8 aspirantes por el mismo cargo, es decir: los demás no tuvieron oportunidad desde el principio de la campaña, en la que todas las encuestas preveían la polarización social y política.

De la misma manera los actores que tendrían incidencia en materia de divulgación de propuestas y de presentación de los aspirantes, terminan tomando partido: así ocurrió en las elecciones de 2007 cuando el periódico *El País* se decantó claramente por la aspiración de Francisco Lloreda, quien había sido su director antes de participar en la contienda. En el mismo sentido, el *Diario de Occidente*, de circulación gratuita, se parcializó en favor de Jorge Iván Ospina, cerrando el círculo de polarización del que se ha hablado en este apartado.

Como consecuencia de esta situación, la dirigencia y candidaturas políticas en Cali, se volvió exclusiva para una élite no sólo en el aspecto económico del término, sino que la dificultad que supuso además, la inclusión de aspirantes en las listas únicas de los partidos, ha llevado a que sean cada vez menos las colectividades que permanecen en el tiempo de una elección a otra.

Prueba de lo anterior es que de 2003 a 2007, sólo tres partidos se mantuvieron en la puja: Conservador, Liberal y Alianza Social Indígena. Aunque hay que decir que la reconfiguración de los partidos a nivel nacional con la aparición en escena de las fuerzas cercanas al expresidente Álvaro Uribe tuvo incidencia y éstas obtuvieron nueve curules en la primera ocasión que se presentaron⁶³.

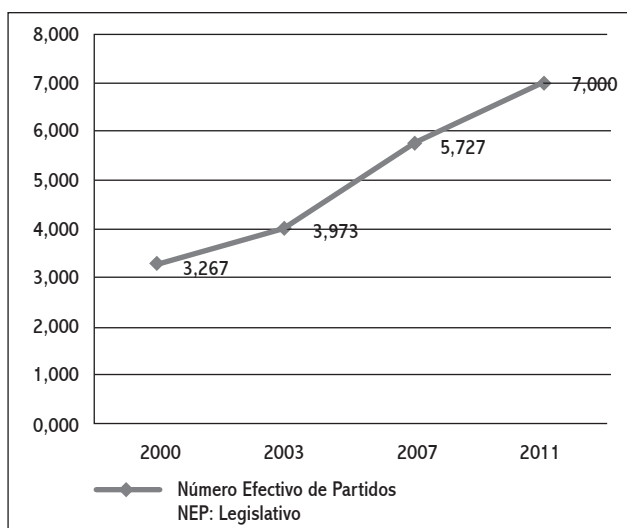
Cali se benefició del espíritu de la reforma electoral de 2003 en el sentido de que al endurecer los requisitos para aspirar a cuerpos cole-

⁶² Elecciones de 2007.

⁶³ El Partido de la U, Convergencia Ciudadana y Cambio Radical se posicionaron con fuerza en las elecciones locales en Cali, impulsados por la imagen positiva que tenía el expresidente Uribe en el momento de la jornada electoral (74% de valoración positiva, según Gallup).

giados, son menos las colectividades que participan en las contiendas y así, las que logran escaños son partidos nacionales con presencia en el Congreso y con un aparato de funcionamiento que las hace más profesionales. Aunque aún es común ver que a través de la opción del Grupo Significativo de Ciudadanos, hay colectivos que se inscriben para el Concejo, incrementando el número de agrupaciones en la Corporación, aunque a futuro no tengan sostenibilidad (ver gráfico 13).

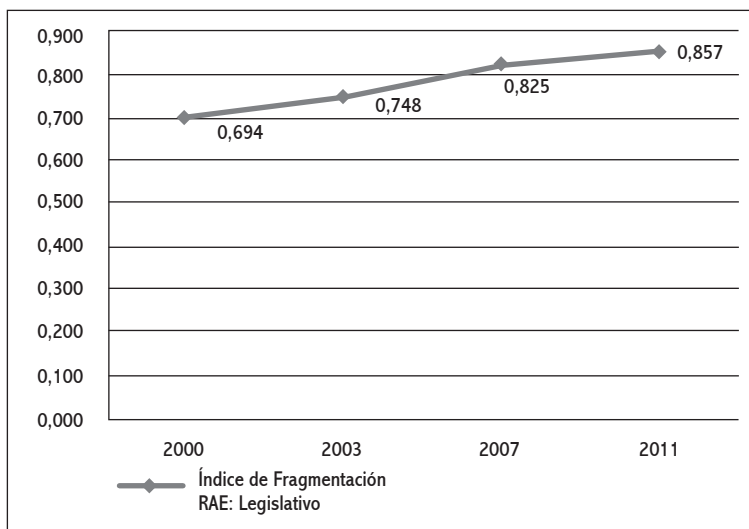
Gráfico 13. Comparativo Número Efectivo de Partidos, Concejo de Cali 2000-2011.



Elaboración propia con datos de la Registraduría

Lo anterior también se observa en la fragmentación que aumenta de elección a elección como consecuencia de opciones personalistas, que han logrado hacerle el quite a intención del legislador de fortalecer los partidos y reducir el número de éstos.

Gráfico 14. Comparativo Índice de Fragmentación, Concejo de Cali elecciones 2000-2011



Elaboración propia con datos de la Registraduría

En tanto los feudos locales dentro de los partidos tradicionales han cedido terreno a un fortalecimiento de la institucionalidad de los mismos (Vanegas, 2008). Sin embargo cuando se estudia la política subnacional en Colombia se hace necesario observar una serie de procesos para hacer afirmaciones con mayor certeza en tanto las dinámicas de una elección a otra pueden variar, respondiendo a fenómenos de mercadeo o de publicidad asociados a personas y no a partidos. Más aún cuando en Cali se utiliza de manera recurrente la figura legal del Grupo Significativo de Ciudadanos, en la que al obtener un número determinado de firmas, se pueden inscribir candidatos fuera de los partidos.

Jorge Iván Ospina, por ejemplo, ha sido simpatizante del Polo Democrático, partido con personería jurídica, pero para evitar competencias internas y depender de quienes entregan los avales, decidió presentarse en 2007 a nombre del grupo Podemos Cali.

Este divorcio con los partidos tradicionales se evidencia con una anécdota: desde 1997, cuando Ricardo Cobo fue elegido Alcalde de

Cali, avalado por el Partido Conservador, ningún mandatario se ha inscrito a nombre de colectividades, evidenciándose de esta manera el peso contundente que tienen las personas sobre las instituciones partidistas en esta ciudad.

4.3.4. Contexto Político y social de Barranquilla

Barranquilla ha sido históricamente una de las ciudades más importantes de Colombia. En el siglo pasado fue la puerta de entrada al país cuando el grueso de la inmigración arribó en grandes barcos al Puerto Colombia. Ello permitió a la ciudad tener dentro de sus activos industrias que después serían reconocidas como gestoras de grupos económicos de trascendencia.

Adicionalmente, el departamento del Atlántico, donde está ubicada la ciudad como su capital, ha sido la cuna de grandes hombres y mujeres que se han destacado en el campo político, y han permitido que se configure una bancada en el Congreso propia y a la vez asociada con los demás departamentos de la Costa Atlántica. Por lo que la fuerza política costeña en Bogotá se ha planteado como un grupo de dirigentes cohesionados que han logrado mantener un promedio de 25 senadores en cada legislatura⁶⁴, y actúa de manera unida para mantener la participación de la región en el Gobierno nacional e incidir de manera directa en los planes de inversión.

Pero también en medio de las alianzas políticas, se han conformado algunas para llevar prosperidad al territorio costero, y de la misma manera otras que han representado pérdida de poder de la región en su participación en el Legislativo a raíz de uniones con grupos de autodefensas (ultraderecha ilegal y armada) con la clase política.

De los 26 senadores elegidos en 2006, sólo 13 culminaron sus períodos, los demás abandonaron sus escaños, bien sea porque fueron capturados o porque decidieron renunciar voluntariamente para que

⁶⁴ En las elecciones de 2006 alcanzaron su techo más alto con 26 curules en la Cámara Alta.

sus casos los conociera la justicia ordinaria y no la Corte Suprema de Justicia -que es el juez natural de los congresistas-, donde alegaban no tener garantías procesales.

Según Arias (2007) mientras que en 1997, sólo el 2% de la población de la región decía verse afectada de manera directa por estos grupos, diez años después, ese número había aumentado hasta 50% del total de la ciudadanía. Lo que demuestra una alta percepción de influencia de grupos armados ilegales en los municipios de la costa Atlántica.

Aunque Barranquilla no tuvo el estigma social que tuvieron otras ciudades por ser sedes de carteles de la droga o de grupos armados ilegales, la inseguridad y los hechos de violencia incidieron de manera directa en el temor de la población a vincularse en procesos sociales (Arias, 2007). Lo anterior se muestra en indicadores como: 61% de los homicidios cometidos en el departamento del Atlántico entre 1996 y 2006 fueron en Barranquilla.

En igual sentido, los crímenes relacionados al Bloque Norte de las Autodefensas Unidas, amedrentaron nuevos liderazgos en municipios medianos y pequeños, lo que reafirmó la presencia de los clanes familiares. Esa violencia y otros factores sociales incidieron en la cantidad de votos en 2010, cuando el número de senadores de la Costa Atlántica se redujo a 23 y quienes habían sido grandes receptores de respaldo popular en el pasado, decayeron: Fuad Char, aliado del presidente Juan Manuel Santos, quien sería un interlocutor con el palacio presidencial y de quien se esperaba fuera la votación más alta de la región cedió su lugar a otros dirigentes, que contaron en su momento con menos respaldo del gobierno nacional para proyectos e inversiones en el Caribe colombiano.

Barranquilla como la ciudad más importante de la región se constituye en la centralidad en la que convergen los dos tipos de trabajo político de los dirigentes: el voto duro, constituido por la fuerza personal de cada dirigente, aunque obre a nombre de partidos; y el voto blando⁶⁵

⁶⁵ Llamado voto de opinión en Colombia.

que se ubica en los núcleos urbanos, con mejores condiciones socioeconómicas, como Barranquilla.

4.3.4.1. Barranquilla y sus niveles socioeconómicos

Al ser una ciudad favorecida con el puerto por donde llegaban mercancías, Barranquilla desarrolló en el siglo XX un fuerte sentido empresarial y generador de empleo, que permitía condiciones sociales muy benéficas. En esta ciudad se creó la primera aerolínea comercial de Colombia y la segunda del mundo. SCADTA, fundada en 1919 fue el embrión de otras industrias en el campo cervecero, portuario y de medios de comunicación masivos que posteriormente se trasladaron a Bogotá, debido a su importancia en la economía colombiana.

Esta ciudad fue también la cuna de uno de los mayores conglomerados económicos del país en toda su historia, el Grupo Santo Domingo, que sería propietario entre otros de los medios Caracol, El Espectador y Cromos, que incidirían de manera directa en la elección de varios presidentes y promoverían políticas públicas aún vigentes en la normatividad colombiana (Reyes, 2003). La élite social participó en la definición de candidatos a los cargos locales entonces designados por los presidentes y gobernadores y desde la elección popular de alcaldes, han intervenido directamente para concretar aspiraciones de corte cívico o con algún miembro de familias de tradición. Alejandro Char, hijo de Fuad Char uno de los dirigentes más reputados de Barranquilla, fue elegido alcalde de la ciudad en 2007 con el 58,38% de los votos y posteriormente regresó al cargo en 2015, esta vez con respaldo del 73,07% de la población.

En la actualidad Barranquilla tiene 188 barrios distribuidos a lo largo de cinco localidades (Sur Occidente, Riomar, Metropolitana, Norte-Centro Histórico y Sur Oriente)⁶⁶ que son administradas por alcaldes menores cuyo nombramiento debe ser ratificado por el alcalde de la ciudad, sin embargo, cada localidad tiene un cuerpo edilicio elegido por votación popular directa.

⁶⁶ Acuerdo 6 de agosto de 2010, aprobado por el Concejo de Barranquilla.

Lo anterior reafirma la dependencia que se tiene de las bases de votantes más que de las colectividades, en tanto las bases no responden necesariamente a lo que dictan los partidos, sino a quien es el encargado de mantener la relación clientelar.

De otra parte, según un estudio de Ipsos (2011), aunque hay diferencia entre la calificación que dan los propios barranquilleros a su calidad de vida de un estrato a otro, estos números no son significativos: los estratos 5 y 6 -altos- evalúan con 8 sobre 10 su nivel de vida, mientras los bajos, 1 y 2, lo hacen con 7,1. Lo expuesto permitiría entender de alguna manera las motivaciones que existen por parte de la población para acercarse a las urnas en jornadas electorales y contribuir de esta manera a los niveles de abstención levemente menores frente a otras ciudades del país.

Además de lo anterior, otros indicadores como el bajo nivel de desempleo, hacen parte del nivel de satisfacción de la población con sus dirigentes y como el nivel se ha reducido de manera sistemática en varios períodos, representaría un factor positivo para acudir a las urnas y ratificaría lo dicho en el párrafo precedente. Aunque también existe la opción de que si la situación es negativa y algún candidato presenta propuestas que sean vistas como serias por parte de la población, se puedan incrementar los niveles de participación (Grafstein, 2005).

Cuadro 26. Estratificación social de Barranquilla (2013)

ESTRATO SOCIOECONÓMICO	PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN
1	33%
2	21%
3	26%
4	10%
5	6%
6	4%

En sintonía con lo que se planteó en párrafos anteriores, el incremento de la calidad y cobertura de la educación, producto de la descentralización de estas políticas públicas y la responsabilidad que recae sobre los alcaldes (Madrid, 2001), es una de las variables que mayor incidencia tienen a la hora acudir a las urnas, lo que apoyaría el incremento de participación en elecciones a cargos unipersonales en los últimos años.

4.3.4.2. Dinámica histórico-política en Barranquilla

En la actualidad hay un declive en la incidencia de los grupos armados ilegales de auto defensa (Orguloso Martínez, 2007) debido al rechazo generalizado de la población por la injerencia de sus cabecillas y la coerción que se practica frente al voto espontáneo. Aunque de manera paradójica aún se toleran otro tipo de delitos como la compra de voto y el trasteo de votantes entre municipios, lo que no permitiría decir aún que con las elecciones sucesivas de alcaldes que han fomentado la participación ciudadana, se ha generado un nivel de conciencia, como se plantea en algunos escenarios.

Hay otro factor que hace parte de los procesos electorales en la costa Atlántica, que tiene incidencia directa en los resultados de autoridades locales y repartición de escaños en el Congreso, que destaca el investigador Alberto Orguloso Martínez (2007), es que los niveles de corrupción de la Registraduría como ente organizador y escrutador son altos y a través de la manipulación en sectores alejados a los cascos urbanos, donde los organismos de vigilancia y control tienen menor presencia, se modifican resultados definitivos, como ha denunciado la Misión de Observación Electoral. Sin embargo, hay que resaltar el proceso de interacción de la ciudadanía -especialmente en Barranquilla, no en los municipios vecinos- con dirigentes de corte cívico que han movilizado mayores índices de votación en los últimos años⁶⁷.

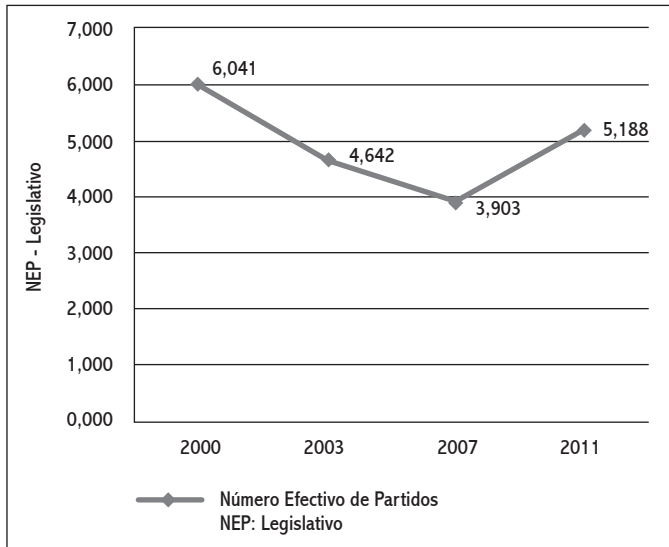
⁶⁷ La actual (elegida en 2001) alcaldesa Elsa Noguera obtuvo el 58% de los votos (225.891), doblando los 113.281 del segundo candidato.
En 2007 Alejandro Char obtuvo la alcaldía con el 58.34% sobre el 63% de votos escrutados.

En la ciudad ocurre, a la par, un fenómeno de polarización que lleva a los diferentes partidos y movimientos a decantarse desde el principio de la campaña por las dos alternativas con mayores opciones de crecer (García y Godoy, 2009). Lo anterior se da en mayor medida porque, al contrario de lo que podría creerse en otros lugares, los candidatos son los que legitiman a los partidos y de esta manera los últimos pueden mantener sus verdaderos feudos de poner en el Concejo y la Juntas Administradoras Locales que, como ya se dijo, tienen incidencia en las cinco localidades.

Sin embargo esa fortaleza que podrían obtener los partidos en las campañas donde hay candidatos visibles no se concreta debido, en parte, a la contraposición agresiva que se vive dentro de las mismas colectividades, donde por objeto de la figura del ‘voto preferente’ se evita la armonía dentro de los partidos (Rodríguez, 2002).

De todas formas la ‘disciplina’ relativa al clientelismo que ha estado presente en la política barranquillera hace que, a diferencia de otras ciudades como Cali, no prosperen opciones personalistas a cargos de elección en cuerpos colegiados. Así es como se observa una reducción del número de partidos representado en el Concejo de Barranquilla (ver gráfico 15), aunque en la última elección el número subió ligeramente debido a los nuevos partidos asociados al expresidente Álvaro Uribe Vélez⁶⁸, que recién había terminado su segundo mandato.

Gráfico 15. Comparativo Número Efectivo de Partidos Concejo de Barranquilla 2000-2011.



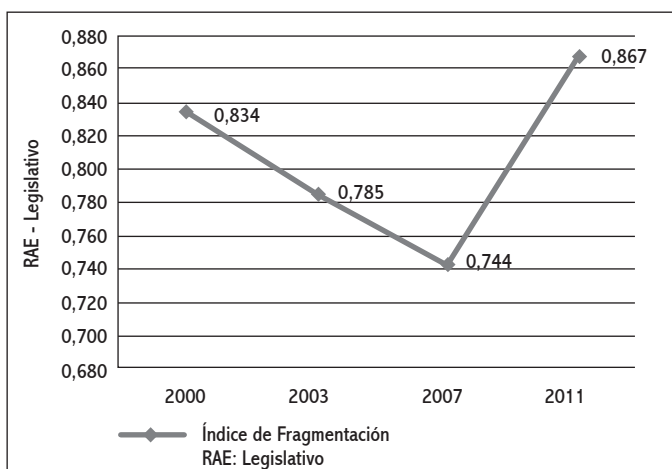
Elaboración propia con datos de la Registraduría

Esa falta de cohesión al interior de los partidos, no se produce sólo en momentos de campaña electoral, sino que se acentúa cuando hay disparidad notoria entre las directrices de las colectividades desde Bogotá y el accionar en las regiones. En Barranquilla ha ocurrido en varias ocasiones: el Directorio Conservador Nacional desde Bogotá en 1990 pidió respaldar a Carlos Rodado para elecciones locales y en Barranquilla lo desconocieron. Igualmente en el Partido Liberal desde Bogotá dieron respaldo a Guido Nule a la Alcaldía y en el Directorio local acompañaron a Guillermo Hoenisberg.

En todo esto, la condición natural que más caracteriza la política barranquillera tiene que ver con la delgada línea que divide los partidos. De una elección a otra se producen acuerdos entre partidos con ideologías opuestas y quienes se trenzaban en grandes disputas electorales terminan siendo aliados, a través de transiciones de elección a elección (Gutiérrez, 2007).

De igual manera se observa cómo la disparidad de criterios para confeccionar listas al interior de los partidos hace que el fenómeno de la fragmentación, que se repite en todo el país, no sea ajeno a Barranquilla. Destaca la última elección en la que la tendencia se revirtió y subió el indicador (ver gráfico 16), evidenciando que factores como la intermediación entre mercaderes de la política y el clientelismo aún siguen teniendo espacio (Ramírez, 2009).

Gráfico 16. Comparativo Índice de Fragmentación Concejo de Barranquilla elecciones 2000-2011.



Elaboración propia con datos de la Registraduría

4.3.4.3. Actualidad política en Barranquilla en el nuevo siglo

A finales de 2012, se convocó a una reunión del grupo costeño para intentar lo que se llamó en su momento ‘el renacer de la bancada’, con el fin de articular tareas frente a las entidades del orden nacional y al resto de Congreso para tramitar proyectos de ley que fueran beneficiosos para la región, como la creación del Ministerio del Mar⁶⁹, iniciativa que no contó con el respaldo suficiente para convertirse en realidad.

⁶⁹ <http://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/9-2012-bancada-coste%C3%B1a-propon-dr%C3%A1-creaci%C3%B3n-del-ministerio-del-mar.html>

Barranquilla ha sido una ciudad que, por su tamaño en población⁷⁰ y en número de proyectos de impacto nacional, se diferenció del resto de las urbes de la costa, que al responder de manera tan fiel a los clanes familiares y políticos, se terminó por configurar una relación clientelar reconocida como marca en muchos municipios de la costa.

Para tener claridad sobre la rotación que se hace de las curules de los dirigentes de la costa en el Congreso, habría que poner en síntesis estos hechos:

- Ocho congresistas que estaban en ejercicio en el período 2006 repitieron curul en 2010.
- Cinco congresistas de 2006 trasladaron sus votos a familiares para que fueran ellos los elegidos en 2010.
- Cuatro congresistas pasaron de la Cámara Baja a la Cámara Alta en 2010.

Lo anterior muestra la operatividad del voto duro que, en la práctica, no pertenece a los partidos ni son ellos los que logran trabajarlo para sus adherentes, sino que se evidencia un fuerte trabajo personalista de los dirigentes políticos por mantener los espacios ganados en los diferentes departamentos de la costa Caribe.

⁷⁰ La ciudad tiene 1'206.946 habitantes en 2013, según el DANE.



5. IMPACTO DE LOS FACTORES INDIVIDUALES EN LA DECISIÓN DE VOTAR

En este capítulo se buscar comprobar a través de la aplicación de un modelo algorítmico que combina factores individuales y políticos, la tendencia de una persona con ciertas cualidades psicológicas y sociológicas a participar con su voto.

5.1. Variable dependiente: la decisión de votar

Este trabajo explora los procesos que llevan al voto a los colombianos, partiendo de la intención de participar de manera directa en procesos electorales descritos en cuatro encuestas realizadas -de manera presencial en hogares- entre el 25 y 26 de octubre del año 2011 por la firma Invamer-Gallup Colombia, en las ciudades más representativas del país: Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla.

En las cuatro encuestas utilizadas, se mantuvo el mismo esquema de preguntas lo que permitió fusionar las cuatro ciudades en una sola base de datos.

Para que la variable dependiente gane en fiabilidad sólo se tuvieron en cuenta a los que mostraban intención de voto respondiendo sí votaría, filtrando con los que habían votado en la elección anterior, que era una pregunta incluida en el cuestionario (¿Votó usted en las elecciones para Presidente en el año 2.010, o no votó usted en esa ocasión?). En este sentido quienes pasaron el filtro y mostraban tendencia a votar, fueron clasificados como 1 y quienes directamente manifestaban no votar o quienes aun diciendo que votarían, no lo hicieron en 2010, fueron clasificados como 0.

Entonces la variable dependiente tomó el valor de 1 si el ciudadano afirmaba intención de voto y además había votado en 2010, y de 0 en los demás casos.

Cuadro 27. Codificación de la variable dependiente

VALOR ORIGINAL	VALOR INTERNO	NO. CASOS
No votaría	0	1500
Si votaría	1	874

El n de abstencionistas en estas encuestas fue de 63,18% del total, incluido el filtro que ya se explicó, lo que difiere del resultado real de esas mismas elecciones, que se situó en promedio en las cuatro ciudades en 52,94%. Lo anterior podría explicarse por dos razones: la primera tiene que ver con que los últimos días de campaña son los que tienen mayor incidencia en mover a la ciudadanía a votar (De Aragón, 2011) y las muestras fueron recogidas cinco días antes de la jornada electoral.

La segunda razón que hay que tener en cuenta es que estas encuestas tienen un margen de error del 5,4%, lo que podría significar de por sí una variación de los resultados reales frente a los estadísticos predictivos. Sin embargo, esta diferencia no invalida las conclusiones porque al final lo que se busca es determinar las razones por las que se abstienen o participan los ciudadanos y no el número de personas que lo hace.

5.2. Variables independientes: factores individuales

Para entender el comportamiento de la variable dependiente se usaron siete variables independientes que podían advertir las motivaciones del ciudadano a la hora de tomar la decisión de votar. Este trabajo no pretende explicar los determinantes que incidirían en que el voto en uno u otro sentido del espectro político, sino en la acción misma de sufragar.

Esas variables están contenidas en los cuatro estudios cuantitativos utilizados en este trabajo, en los que se usaron cuestionarios iguales, lo que permitió agruparlos en una sola base de datos (ver cuadro 26) y observar qué grado de influencia podrían tener en las ciudades. Hay que decir que el hecho de utilizar estudios realizados en un solo período de tiempo, permite conocer al votante colombiano de un momento particular, entendiendo que las circunstancias pueden modificar las tendencias y producir alternancias en el poder.

Cuadro 28. Variables independientes, incluidas en la encuesta

VARIABLE	PREGUNTA PLANTEADA	POSIBLES RESPUESTAS
Género (sexo)	Se llenaba de acuerdo al nombre de la persona	- Masculino - Femenino
Grupo de edad	¿A qué grupo de edad pertenece?	- 18 a 24 años. - 25 a 34 años. - 35 a 44 años. - 45 a 54 años. - 55 ó más.
Nivel académico	¿Cuál es su nivel académico?	- Primaria o menos - Secundaria - Técnico/tecnológico - Profesional
Actividad principal	¿Cuál es su actividad principal?	- Estudio - Trabajo - Ama de casa - Pensionado - Desempleado
Estrato socioeconómico*	¿A qué estrato social pertenece su vivienda?	- 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6

* Para efectos de estudios sociales, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, que elabora los censos oficiales, los agrupa en tres niveles: Bajo, Medio y Alto. Así, para este trabajo se usó esa misma categorización, dando como resultado, que para el nivel Bajo se agruparon los estratos 1, 2 y 3; para el Medio, el estrato 4 y para el Alto, los estratos 5 y 6.

VARIABLE	PREGUNTA PLANTEADA	POSIBLES RESPUESTAS
Identificación partidista	De cuál de los siguientes partidos o movimientos políticos se considera usted:	<ul style="list-style-type: none"> - Cambio Radical - Polo Democrático Alternativo - La U - Liberal - Partido Verde - Conservador - Otro partido - Independiente - Sin partido/ninguna
Issues de campaña	¿Cuál es el principal problema que debe ser resuelto por el próximo Alcalde de Bogotá/ Medellín/Cali/Barranquilla?	<ul style="list-style-type: none"> - El manejo del espacio público - Educación - Seguridad y Convivencia - Manejo del transporte público - Mantenimiento de vías - Oportunidades para el deporte y la recreación - Hospitales y centros de salud - La congestión del tránsito - La limpieza de la ciudad - La guerrilla - El narcotráfico - Los paramilitares - El comportamiento ciudadano - La facilidad para conseguir vivienda - Asistencia a los pobres / necesitados / desplazados - Ejecución de obras públicas - Honestidad y transparencia en el manejo de los recursos públicos - Protección del medio ambiente - Servicios públicos - Eficiencia y transparencia en gastos de funcionamiento de las entidades públicas de la ciudad - Facilidades deportivas y recreacionales - Servicio de recolección de basuras - Actividades culturales - Desempleo

Elaboración propia

Para la variable **issue de campaña**, la elaboración una base de datos unificada requirió una reclasificación de la pregunta relacionada con los temas que la ciudadanía consideraba eran los problemas más importantes que el próximo alcalde debería enfrentar. La razón es que si bien en las cuatro ciudades se incluyeron los mismos elementos en

una pregunta cerrada, la cantidad de opciones hacía que la lectura de los resultados no fuera clara. Las encuestas se hicieron con 24 posibilidades para seleccionar una sola, en las que se le preguntaba: ¿Cuál es el principal problema que debe ser resuelto por el próximo Alcalde de Bogotá/Medellín/Cali/Barranquilla?

Después de analizar las respuestas de la ciudadanía y determinar un patrón de elementos que podrían responder a *issues* globales, se optó por establecer cuatro alternativas, antes de correr el modelo (ver cuadro 29).

Cuadro 29. Reclassificación de la variable Issues de campaña

ORDEN PÚBLICO / INSEGURIDAD / DELINCUENCIA	SITUACIÓN SOCIAL	COMBATIR LA CORRUPCIÓN	OBRAS Y CUIDADO DE LA CIUDAD
Seguridad y Convivencia	Desempleo	El comportamiento ciudadano	Manejo del transporte público
La guerrilla	Educación	Honestidad y transparencia en el manejo de los recursos públicos	Mantenimiento de vías
El narcotráfico	La facilidad para conseguir vivienda	Eficiencia y transparencia en gastos de funcionamiento de las entidades públicas de la ciudad	Hospitales y centros de salud
Los paramilitares	Asistencia a los pobres / necesitados / desplazados		La congestión del tránsito
	Protección del medio ambiente		La limpieza de la ciudad
	Actividades culturales		Ejecución de obras públicas
	Oportunidades para el deporte y la recreación		Servicios públicos
			Facilidades deportivas y recreacionales
			Servicio de recolección de basuras

Elaboración propia

Este libro busca una aproximación al comportamiento electoral del ciudadano colombiano, partiendo de entender primero -a través de investigación cualitativa- el contexto en el que vive y las diferencias de índole sociológica y en sus individualidades, determinadas por aspectos culturales e históricos con relación a la presencia de partidos y líderes en las diferentes regiones del país.

Esa unicidad de la política regional en Colombia me llevó a tener en cuenta otro tipo de variables que pudieran explicar el microcosmos de la costa Caribe, el centro, el occidente y la capital; además de las realidades actuales que en materia de presencia política tienen diferentes partidos o liderazgos personalistas.

Se usaron entonces, además, los datos consolidados de los resultados para Concejo de cada una de las cuatro ciudades de las cuatro últimas elecciones (2000, 2003, 2007 y 2011) y la evolución en el tiempo que han tenido las diferentes agrupaciones políticas y la entrada en escena de nuevos dirigentes, algunos alejados de los partidos y otros que han llegado a copar espacios en esas colectividades.

Lo anterior también se hace necesario verlo desde la luz que arrojan datos significativos como la variación en ese período de tiempo (tres últimas elecciones) del porcentaje de participación, el índice de fragmentación y el número efectivo de partidos en cada una de esas corporaciones.

Entender esos marcos de referencia permitía profundizar más en qué tan influyentes podrían ser las colectividades en cada momento del período analizado y en los últimos datos trabajados, los de 2011, que se constituyeron en la base para este estudio de caso.

Es importante tener en cuenta que la Constitución colombiana ordena que esas elecciones de Concejo sean realizadas en jornadas concurrentes con las de los alcaldes, que igualmente constituyen la base de este estudio.

El análisis, tanto de los resultados electorales anteriores para cada ciudad, como de la historia política y presencia de dirigentes con peso partidista o personalista; permitió moldear el perfil del votante en cada ciudad en un ejercicio cualitativo. Lo anterior, combinado con los resultados cuantitativos que proporcionaban los estudios de opinión aporta peso en la definición de las características que tiene el votante colombiano en general y el de las cuatro ciudades analizadas en particular.

Una vez avanzado sobre el contexto de la evolución de la participación electoral en Colombia, descrito en los capítulos 3 y 4, se da paso primero al análisis bivariante y multivariante de estudios preelectorales, a partir del modelamiento por regresión logística, dentro de la cual se explica el papel de las variables dependiente e independientes descritas, además de la selección y coeficiente del modelo y se finaliza con algunos casos hipotéticos para mejor ilustración.

Cuando los resultados de la investigación den por encima de 0,5 hay mayores posibilidades de que la persona acuda a las urnas el día de las elecciones.

5.3. Análisis bivariantes

5.3.1. Intención de voto según género

En Colombia se demuestra que no hay una significancia en esta variable en particular, aunque confirmando que hay una leve predisposición a que los hombres sean más propensos a votar que las mujeres, y esto podría entenderse porque se ha demostrado un mayor interés en asuntos políticos por parte del género masculino, según se plasmó en el marco teórico (Dow, 2009).

Es para destacar que, como se presenta en la tabla 1, sólo Bogotá presenta una diferencia sustancial en intención de voto entre hombres y mujeres (7,13 puntos), lo que puede explicarse por la sensación de abandono hacia las mujeres reflejado en mayor número de hogares

en cabeza de ellas, desempleo y otras variables, según se observa en un apartado anterior de este mismo trabajo.

Tabla 1. Posibilidad de votar según Sexo, para cada Ciudad

		PORCENTAJE COLUMNA Y TOTAL CASOS		
		SEXO		TOTAL
		MASCULINO	FEMENINO	
Bogotá	No votaría	55,45	62,63	59,00
	Si votaría	44,55	37,37	41,00
	Total Casos	303	297	600
Medellín	No votaría	65,79	62,50	64,17
	Si votaría	34,21	37,50	35,83
	Total Casos	304	296	600
Cali	No votaría	63,70	65,99	64,83
	Si votaría	36,30	34,01	35,17
	Total Casos	303	297	600
Barranquilla	No votaría	63,37	67,11	65,22
	Si votaría	36,63	32,89	34,78
	Total Casos	303	298	601
Total	No votaría	62,08	64,56	63,31
	Si votaría	37,92	35,44	36,69
	Total Casos	1213	1188	2401

Nota. El número de casos válidos es diferente del recuento total de la tabla de contingencia porque se han redondeado las frecuencias de casilla.

ESTADÍSTICOS: CHI-CUADRADO DE PEARSON			
CIUDAD	VALOR ^a	GL ^a	SIG. ASINTÓTICA (BILATERAL)
Bogotá	3,197 ^b	1	0,074
Medellín	0,706 ^c	1	0,401
Cali	0,347 ^d	1	0,556
Barranquilla	0,930 ^e	1	0,335
Total	1,595 ^f	1	0,207

- a. Calculado sólo para una tabla de 2x2.
- b. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
- c. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
- d. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
- e. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
- f. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

5.3.2. Intención de voto según grupo de edad

Para el total de los casos observados, como se evidencia en la tabla 2, hay claridad en que mientras más años tenga la persona encuestada, mayor probabilidad de votar tendrá, partiendo de los jóvenes en el rango de 18 a 24 años que tienen pocas opciones y terminando en los mayores de 55 que muestran la mayor probabilidad en todo el espectro.

Lo anterior puede explicarse en que uno de los factores que tendrían mayor incidencia para el voto es la estabilidad en todo sentido: emocional y económica (Schoen y Schumann, 2007); situación que se alcanza en los grupos etarios que registran porcentajes mayores de intención de acercarse a las urnas.

Tabla 2. Posibilidad de votar según Grupos de edad, para cada Ciudad

		PORCENTAJE COLUMNA Y TOTAL CASOS					
		GRUPOS DE EDAD (EN AÑOS)					TOTAL
		EDAD 18-24	EDAD 25-34	EDAD 35-44	EDAD 45-54	EDAD 55 O MÁS	
Bogotá	No votaría	86,96	55,70	53,79	54,64	43,40	58,93
	Si votaría	13,04	44,30	46,21	45,36	56,60	41,07
	Total Casos	115	149	132	97	106	599
Medellín	No votaría	77,78	61,24	62,69	63,11	59,06	64,39
	Si votaría	22,22	38,76	37,31	36,89	40,94	35,61
	Total Casos	108	129	134	103	127	601

		PORCENTAJE COLUMNA Y TOTAL CASOS					
		GRUPOS DE EDAD (EN AÑOS)					TOTAL
		EDAD 18-24	EDAD 25-34	EDAD 35-44	EDAD 45-54	EDAD 55 O MÁS	
Cali	No votaría	88,60	63,12	65,65	49,47	55,46	64,83
	Si votaría	11,40	36,88	34,35	50,53	44,54	35,17
	Total Casos	114	141	131	95	119	600
Barranquilla	No votaría	88,52	65,96	57,48	52,13	59,13	65,28
	Si votaría	11,48	34,04	42,52	47,87	40,87	34,72
	Total Casos	122	141	127	94	115	599
Total	No votaría	85,62	61,43	59,92	55,01	54,60	63,36
	Si votaría	14,38	38,57	40,08	44,99	45,40	36,64
	Total Casos	459	560	524	389	467	2399

Nota. El número de casos válidos es diferente del recuento total de la tabla de contingencia porque se han redondeado las frecuencias de casilla.

ESTADÍSTICOS: CHI-CUADRADO DE PEARSON			
CIUDAD	VALOR	GL	SIG. ASINTÓTICA (BILATERAL)
Bogotá	50,712 ^a	4	0,000
Medellín	10,821 ^b	4	0,029
Cali	42,868 ^c	4	0,000
Barranquilla	41,611 ^d	4	0,000
Total	128,641 ^e	4	0,000

- 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
- 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
- 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
- 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
- 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

5.3.3. Intención de voto según Identificación partidista

Sin duda uno de los elementos más determinantes en el comportamiento electoral de los colombianos, según se desprende de la revisión de estos estudios cuantitativos, que confirman lo expuesto en la literatura observada (Snow y otros, 1986), es tener claridad sobre su ideología política y aceptar su pertenencia al partido con el que exista afinidad.

Esto se ve en los datos expuestos a continuación en la tabla 3, pero se confirma en el número de casos que dicen no pertenecer a ningún partido ya que se observa claramente un incremento en el porcentaje de personas que afirman que no votarían.

Esto es explicable -como ya se dijo- en que si no hay pertenencia, se registra desafección y desinterés por la política, que se manifiesta en la manera más cercana que tiene el ciudadano de relacionarse.

La presencia de los dos partidos tradicionales se mantiene según la tradición histórica de representatividad en las corporaciones locales, como se evidencia en las elecciones a Concejo registradas en un apartado anterior. Barranquilla, Medellín y Bogotá muestra mayor simpatía por el partido Liberal, mientras Cali se acerca en mayor medida al partido Conservador.

Las nuevas colectividades que han recogido la buena imagen del expresidente Álvaro Uribe Vélez (2002-2010) en escenarios pasados mostraban una fuerte incidencia en la participación de los electores; sin embargo con la salida del poder el exmandatario siguen teniendo fuerza pero en menor cuantía.

Lo contrario ocurre con el Polo Democrático, que al ser un partido opositor, tanto del gobierno Uribe, como del de Juan Manuel Santos, que genera visibilidad a través de los medios, sentirse afín a él se convierte en un buen predictor de la conducta del voto.

Tabla 3. Posibilidad de votar según Ideología para cada Ciudad

		PORCENTAJE COLUMNA Y TOTAL CASOS								
		IDEOLOGÍA								TOTAL
		CAMBIO RADI- CAL	POLO	LA U	LIBE- RAL	PARTI- DO VERDE	CON- SER- VADOR	OTRO PARTI- DO	SIN PARTI- DO	
Bogotá	No votaría	63,89	55,17	62,18	53,49	53,01	63,16	41,07	75,58	59,10
	Si votaría	36,11	44,83	37,82	46,51	46,99	36,84	58,93	24,42	40,90
	Total Casos	36	58	156	86	83	38	56	86	599
Medellín	No votaría	40,63	64,86	63,29	61,61	59,46	65,00	66,67	77,00	64,17
	Si votaría	59,38	35,14	36,71	38,39	40,54	35,00	33,33	23,00	35,83
	Total Casos	32	37	207	112	37	60	15	100	600
Cali	No votaría	82,61	60,42	66,45	63,50	60,42	45,00	64,29	76,47	64,88
	Si votaría	17,39	39,58	33,55	36,50	39,58	55,00	35,71	23,53	35,12
	Total Casos	23	48	152	137	48	60	28	102	598
Barranquilla	No votaría	61,94	57,14	70,49	60,98	69,57	63,16	57,14	71,82	65,28
	Si votaría	38,06	42,86	29,51	39,02	30,43	36,84	42,86	28,18	34,72
	Total Casos	134	42	122	123	23	38	7	110	599
Total	No votaría	61,33	58,92	65,15	60,48	58,12	58,16	51,89	75,13	63,36
	Si votaría	38,67	41,08	34,85	39,52	41,88	41,84	48,11	24,87	36,64
	Total Casos	225	185	637	458	191	196	106	398	2396

Nota. El número de casos válidos es diferente del recuento total de la tabla de contingencia porque se han redondeado las frecuencias de casilla.

ESTADÍSTICOS: CHI-CUADRADO DE PEARSON			
CIUDAD	VALOR	GL	SIG. ASINTÓTICA (BILATERAL)
Bogotá	21,170 ^a	7	0,004
Medellín	15,688 ^b	7	0,028
Cali	20,715 ^c	7	0,004
Barranquilla	6,895 ^d	7	0,440
Total	38,768 ^e	7	0,000

- a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
 b. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
 c. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
 d. 2 casillas (12,5%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
 e. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

5.3.4. Intención de voto según estrato socioeconómico

La estratificación social en Colombia está determinada por grupos poblacionales que se clasifican del 1 al 6, siendo 1 el más bajo y el 6 el más alto. Para efectos de análisis se agruparon los estratos 1 y 2 y se etiquetaron con Bajo; 3 con Medio y 4, 5 y 6 con Alto; siguiendo el modelo de aplicación para este tipo de agrupamiento que utiliza el Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia.

El resultado de esta variable en el caso colombiano está en sintonía lo expuesto en páginas anteriores en el sentido de que en la medida que se aumente el estrato socioeconómico se incrementa la posibilidad de votar.

Sin embargo hay casos diferentes, como los de Medellín y Barranquilla como puede verse en la tabla 4, que aunque en diferencia mínima tiene mayor probabilidad el estrato Medio, lo que puede explicarse por ser estas unas ciudades con buena parte de las condiciones sociales resueltas o en camino de resolverse para la clase media, por el trabajo de las últimas administraciones municipales, donde incluso

de manera alternada, sus alcaldes han recibido galardones como los mejores de Colombia.

Tabla 4. Posibilidad de votar según Estrato para cada Ciudad

		PORCENTAJE COLUMNA Y TOTAL CASOS			
		ESTRATO			TOTAL
		BAJO	MEDIO	ALTO	
Bogotá	No votaría	67,33	54,46	51,20	59,17
	Si votaría	32,67	45,54	48,80	40,83
	Total Casos	251	224	125	600
Medellín	No votaría	66,67	60,56	64,14	64,23
	Si votaría	33,33	39,44	35,86	35,77
	Total Casos	276	180	145	601
Cali	No votaría	72,45	61,76	53,79	64,73
	Si votaría	27,55	38,24	46,21	35,27
	Total Casos	265	204	132	601
Barranquilla	No votaría	69,67	58,16	61,90	65,33
	Si votaría	30,33	41,84	38,10	34,67
	Total Casos	333	141	126	600
Total	No votaría	69,07	58,61	57,95	63,36
	Si votaría	30,93	41,39	42,05	36,64
	Total Casos	1125	749	528	2402

Nota. El número de casos válidos es diferente del recuento total de la tabla de contingencia porque se han redondeado las frecuencias de casilla.

ESTADÍSTICOS: CHI-CUADRADO DE PEARSON			
CIUDAD	VALOR	GL	SIG. ASINTÓTICA (BILATERAL)
Bogotá	12,258 ^a	2	0,002
Medellín	1,771 ^b	2	0,412
Cali	14,630 ^c	2	0,001
Barranquilla	6,626 ^d	2	0,036
Total	29,703 ^e	2	0,000

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

b. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

c. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

d. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

e. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

5.3.5. Intención de voto según propuesta de campaña (Issues)

La desafección que ha surgido en Colombia en los últimos años, que supuso el descrédito de los partidos tradicionales y el surgimiento de nuevas propuestas alternativas, primero en el plano regional, encarnadas en figuras alejadas de la política, que llegaron del sector empresarial o la academia; hizo que los votantes priorizaran de manera clara el combate contra la corrupción como un *issue* de campaña, como se evidencia en la tabla 5.

En términos generales, esta es la propuesta que más movería a votar a los colombianos, con 51,45%, mientras que los demás ítems evaluados en estos estudios, se ubican en una franja porcentual similar (entre 31,74% y 37,39%).

Hay que destacar en este particular el crecimiento de la campaña del Partido Verde en la elección presidencial de 2010, que se sustentó sobre la lucha contra la corrupción como *issue* principal.

Tabla 5. Posibilidad de votar según Issues para cada Ciudad

		PORCENTAJE COLUMNA Y TOTAL CASOS				
		ISSUES				TOTAL
		ORDEN ^A	SITUACIÓN ^B	COMBATIR ^C	OBRAS ^D	
Bogotá	No votaría	61,32	73,61	42,11	56,69	58,99
	Si votaría	38,68	26,39	57,89	43,31	41,01
	Total Casos	212	72	57	254	595
Medellín	No votaría	60,32	70,51	66,67	68,00	63,78
	Si votaría	39,68	29,49	33,33	32,00	36,22
	Total Casos	373	156	9	50	588
Cali	No votaría	67,24	63,27	29,17	66,92	64,65
	Si votaría	32,76	36,73	70,83	33,08	35,35
	Total Casos	293	147	24	130	594
Barranquilla	No votaría	61,38	68,24	62,50	66,84	65,17
	Si votaría	38,62	31,76	37,50	33,16	34,83
	Total Casos	189	170	48	193	600
Total	No votaría	62,61	68,26	48,55	62,84	63,15
	Si votaría	37,39	31,74	51,45	37,16	36,85
	Total Casos	1067	545	138	627	2377

Nota. El número de casos válidos es diferente del recuento total de la tabla de contingencia porque se han redondeado las frecuencias de casilla.

^a. Orden público Inseguridad Delincuencia

^b. Situación Socio económica

^c. Combatir la corrupción

^d. Obras y cuidado de la ciudad

ESTADÍSTICOS: CHI-CUADRADO DE PEARSON			
CIUDAD	VALOR	GL	SIG. ASINTÓTICA (BILATERAL)
Bogotá	14,110 ^a	3	0,003
Medellín	5,410 ^b	3	0,144
Cali	14,496 ^c	3	0,002
Barranquilla	2,290 ^d	3	0,514
Total	18,909 ^e	3	0,000

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

b. 1 casillas (12,5%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

c. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

d. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

e. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

5.3.6. Intención de voto según nivel académico

Tal como se ha planteado en estudios previos (Fraile, 2007), a mayor grado de escolaridad y de preparación académica, mayor opción hay de que el ciudadano se interese en votar.

En el caso en particular colombiano, según muestra la tabla 6, de los que registraron como profesionales, 51,74% tienen intención de votar, mientras que 26,59% de los que tienen secundaria, manifestaron lo mismo. Una diferencia sustancial, explicada en que las personas que tienen nivel técnico o tecnológico (36,72% dice Sí) y los profesionales cuentan con mayores posibilidades de acceder al mercado laboral y satisfacer sus necesidades básicas.

Tabla 6. Posibilidad de votar según Nivel académico para cada Ciudad

		PORCENTAJE COLUMNA Y TOTAL CASOS				
		NIVEL ACADÉMICO				TOTAL
		PRIMARIA O MENOS	SECUNDA- RIA	TÉCNICO /TECNO- LÓGICO	PROFE- SIONAL	
Bogotá	No votaría	61,04	74,66	60,68	38,38	59,00
	Si votaría	38,96	25,34	39,32	61,62	41,00
	Total Casos	77	221	117	185	600
Medellín	No votaría	63,33	72,46	67,83	47,66	64,44
	Si votaría	36,67	27,54	32,17	52,34	35,56
	Total Casos	120	236	115	128	599
Cali	No votaría	61,18	71,85	63,64	55,97	64,83
	Si votaría	38,82	28,15	36,36	44,03	35,17
	Total Casos	85	238	143	134	600
Barranquilla	No votaría	69,12	74,89	61,54	53,85	65,28
	Si votaría	30,88	25,11	38,46	46,15	34,72
	Total Casos	68	219	156	156	599
Total	No votaría	63,43	73,41	63,28	48,26	63,39
	Si votaría	36,57	26,59	36,72	51,74	36,61
	Total Casos	350	914	531	603	2398

Nota. El número de casos válidos es diferente del recuento total de la tabla de contingencia porque se han redondeado las frecuencias de casilla.

ESTADÍSTICOS: CHI-CUADRADO DE PEARSON			
CIUDAD	VALOR	GL	SIG. ASINTÓTICA (BILATERAL)
Bogotá	55,198 ^a	3	0,000
Medellín	22,995 ^b	3	0,000
Cali	10,343 ^c	3	0,016
Barranquilla	19,318 ^d	3	0,000
Total	99,060 ^e	3	0,000

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

b. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

c. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

d. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

e. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

5.3.7. Intención de voto según la actividad

Lo demostrado en los datos siguientes confirma lo explicado en el marco teórico de este trabajo en el sentido de que quienes tienen su vida definida muestran mayor propensión a votar.

En este caso en particular, los pensionados y los empleados exhiben en la tabla 7 porcentajes más altos respecto al resto de los grupos medidos (48,15% y 40,73% respectivamente).

Adicional a lo anterior, el grupo que mayor identidad tiene con la negativa a votar es el de los estudiantes que representan un grupo etario determinado del que ya se comprobó que son poco propensos a acudir a las urnas.

Este grupo está seguido de cerca por las amas de casa, oficio desempeñado por mujeres, que según investigadores como Dow (2009), registran menor interés en la política e índices menores de participación en jornadas electorales.

Tabla 7. Posibilidad de votar según Actividad principal para cada Ciudad

		PORCENTAJE COLUMNA Y TOTAL CASOS					
		ACTIVIDAD PRINCIPAL					TOTAL
		ESTU- DIO	TRABA- JO	AMA DE CASA	PEN- SIONA- DO	DESEM- PLEADO	
Bogotá	No votaría	80,00	53,68	65,82	42,50	74,47	59,03
	Si votaría	20,00	46,32	34,18	57,50	25,53	40,97
	Total Casos	65	367	79	40	47	598
Medellín	No votaría	71,62	63,97	66,67	54,72	60,66	64,38
	Si votaría	28,38	36,03	33,33	45,28	39,34	35,62
	Total Casos	74	272	138	53	61	598
Cali	No votaría	79,03	61,20	65,29	52,63	71,60	64,73
	Si votaría	20,97	38,80	34,71	47,37	28,40	35,27
	Total Casos	62	299	121	38	81	601
Barran- quilla	No votaría	76,19	59,93	72,73	58,06	60,38	65,22
	Si votaría	23,81	40,07	27,27	41,94	39,62	34,78
	Total Casos	84	287	143	31	53	598
Total	No votaría	76,49	59,27	67,98	51,85	66,94	63,34
	Si votaría	23,51	40,73	32,02	48,15	33,06	36,66
	Total Casos	285	1225	481	162	242	2395

Nota. El número de casos válidos es diferente del recuento total de la tabla de contingencia porque se han redondeado las frecuencias de casilla.

ESTADÍSTICOS: CHI-CUADRADO DE PEARSON			
CIUDAD	VALOR	GL	SIG. ASINTÓTICA (BILATERAL)
Bogotá	26,823 ^a	4	0,000
Medellín	4,554 ^b	4	0,336
Cali	11,312 ^c	4	0,023
Barranquilla	12,797 ^d	4	0,012
Total	45,013 ^e	4	0,000

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

b. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

c. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

d. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

e. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

En resumen puede entenderse que la variable género no es significativa en el conjunto del país y que sólo en Bogotá tiene un peso leve (descrito en este mismo apartado), a diferencia de la variable edad que sí es determinante en el conjunto global de los datos observados. La ideología se destaca como una variable que demuestra mayor significación para mover la voluntad de participar en procesos electorales, al igual que la variable clase social para el caso que se analiza, que sigue lo descrito en el marco teórico en el sentido de que al aumentar, se incrementa al mismo tiempo la intención de voto. Finalmente habría que considerar como hallazgo importante de esta investigación el hecho de que la corrupción sea el ítem con mayor fuerza para movilizar al voto sobre otros temas sensibles como seguridad y empleo.

5.4. Análisis multivariante

Luego del análisis bivariante, se procesaron los datos obtenidos en las cuatro encuestas preelectorales referenciadas en el apartado anterior para estudiarlas en un modelo multivariante que permita conocer la incidencia de variables en la intención de votar; algunas de carácter político relacionadas con sentirse parte de un partido y otras de carácter individual como tener mayor nivel de educación.

Al trabajar con una variable que adopta opciones dicotómicas (vota o no vota) se utilizó la regresión logística, logit, ya que esta técnica permite que las variables independientes tengan características categóricas.

Tabla 8. Codificaciones de variables categóricas

VARIABLE / CATEGORÍAS		FRE- CUENCIA	CODIFICACIÓN DE PARÁMETROS						
			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Ideología	Cambio Radical	220	1	0	0	0	0	0	0
	Polo Democrático Alternativo	175	0	1	0	0	0	0	0
	La U	600	0	0	1	0	0	0	0
	Liberal	472	0	0	0	1	0	0	0
	Partido Verde	187	0	0	0	0	1	0	0
	Conservador	213	0	0	0	0	0	1	0
	Otro partido	100	0	0	0	0	0	0	1
	Sin partido	406	0	0	0	0	0	0	0
Edad	Edad 18-24	404	1	0	0	0			
	Edad 25-34	481	0	1	0	0			
	Edad 35-44	474	0	0	1	0			
	Edad 45-54	458	0	0	0	1			
	Edad 55 o más	556	0	0	0	0			
¿Cuál es su actividad principal?	Estudio	249	1	0	0	0			
	Trabajo	1197	0	1	0	0			
	Ama de casa	494	0	0	1	0			
	Pensionado	200	0	0	0	1			
¿Cuál es su nivel académico?	Desempleado	233	0	0	0	0			
	Primaria o menos	359	1	0	0				
	Secundaria	917	0	1	0				
	Técnico/tecnológico	498	0	0	1				
Issues	Profesional	599	0	0	0				
	Orden público, Inseguridad Delincuencia	1069	1	0	0				
	Situación Socio económica	541	0	1	0				
	Combatir la corrupción	137	0	0	1				
Estrato	Obras y cuidado de la ciudad	626	0	0	0				
	Bajo	1086	1	0					
	Medio	762	0	1					
Sexo	Alto	525	0	0					
	Masculino	1186	1						
	Femenino	1187	0						

5.4.1. Selección del modelo

Para determinar el modelo a seguir, se incluyeron todos los posibles predictores con los que se contaba en las encuestas preelectorales, empezando con la variable de mayor incidencia en la posible participación hasta que la mejora en el modelo no sea significativa. En este caso, el algoritmo se detuvo en el quinto paso, encontrando que después de esa quinta variable las otras no agregaban significación a la predicción de intención de voto.

RESUMEN DEL MODELO			
Paso	-2 log de la verosimilitud	R ² de Cox y Snell	R ² de Nagelkerke
5	2821,578 ^a	0,119	0,163

a. La estimación ha finalizado en el número de iteración 5 porque las estimaciones de los parámetros han cambiado en menos de 0,001.

Es importante resaltar que puede considerarse que el valor del seudo R² de Nagelkerke es de 0,16 y puede ofrecer resultados aceptables, sin embargo debe aclararse que los datos con los que se contó para este ejercicio, estaban destinados a otro tipo de trabajo investigativo. No obstante este es un acercamiento que arroja pistas para la construcción de un modelo que incluya otra clase de variables, que podrían aportar a predecir intención de voto, como consumo de medios (Gamson, 1995 y LeBon, 2000) y estado civil (Wolfinger, 2008).

Para este modelo en particular, se construyó una tabla de clasificación, que permite medir la calidad del mismo. A un individuo se asigna a la categoría de Si votaría si su probabilidad es mayor a 0,50. De esta forma, al construir la tabla de clasificación, los valores de la diagonal son los predichos de forma correcta, y los otros no. En este caso los valores son pronosticados correctamente en el 67% de los casos, como se evidencia en la tabla 9.

Tabla 9. Tabla de clasificación^a

OBSERVADO		PRONOSTICADO		
		POSIBILIDAD DE VOTAR		PORCENTAJE CORRECTO
		NO VOTARÍA	SI VOTARÍA	
Posibilidad de votar	No votaría	1281	219	85,4
	Si votaría	565	309	35,3
Porcentaje global				67,0

a. El valor de corte es 0,50

En la tabla anterior se puede determinar que para esta muestra, 219 casos que inicialmente están como No votaría tienen características en las variables independientes similares a los que inicialmente están considerando que Si votaría y de otra parte 565 individuos que están como Si votaría cuentan con características en las variables independientes similares a los que inicialmente están considerando que No votaría.

Se podrían obviar estos casos que según la tabla 9 no están bien clasificados, pero eso reduciría el número de casos de manera sustancial y alteraría la variabilidad en ellos.

Al construir la tabla de clasificación por ciudades (ver tabla 10) se tienen en términos generales pocas diferencias entre ellas en la tasa de buena clasificación, pero es de notar que al observar para cada una de las dos opciones de interés se tienen resultados diferentes entre las ciudades.

En el caso de Si votaría se tiene mejor porcentaje de buena clasificación para la ciudad de Bogotá: cerca de la mitad de los que respondieron Si votaría fueron clasificados por el modelo en este mismo nicho.

En la ciudad de Medellín se tiene el menor porcentaje de buena clasificación para la categoría de interés, Si votaría, pero se cuenta con el mejor porcentaje de buena clasificación de la opción de No votaría, cerca del 90%.

Tabla 10. Clasificación por ciudades

TABLA DE CLASIFICACIÓN^a					
CIUDAD / POSIBILIDAD DE VOTAR		GRUPO PRONOSTICADO			
		NO VOTARÍA	SI VOTARÍA	TOTAL	PORCENTAJE CORRECTO
Bogotá	No votaría	286	65	351	81,5
	Si votaría	128	115	244	47,3
	Total	414	180	595	67,5
Medellín	No votaría	336	40	376	89,4
	Si votaría	153	59	212	27,9
	Total	489	99	588	67,2
Cali	No votaría	329	56	385	85,5
	Si votaría	147	64	210	30,3
	Total	476	120	595	66,0
Barranquilla	No votaría	332	60	392	84,7
	Si votaría	138	70	208	33,7
	Total	470	130	600	67,0

a. El valor de corte es 0,50

Estos niveles de clasificación no hablan mal de la encuesta per se, sino de las respuestas poco concordantes que en un cuestionario tan amplio los entrevistados dieron, y que a través de la confrontación con preguntas y respuestas posteriores se evidencia.

En cuanto a la descripción adecuada o no de los datos, se verificó este modelo en particular con la prueba de Hosmer y Lemeshow y el resultado fue satisfactorio, lo que permite decir con certeza que el modelo que se construye para este trabajo describe los datos adecuadamente. Vale la pena recordar que en esta prueba el ajuste es pobre si su valor es inferior a 0,05. En este trabajo el valor de significancia de este estadístico es de 0,62; lo que arroja confianza en las estimaciones que se hagan (ver tabla 11).

Tabla 11. Prueba de Hosmer y Lemeshow

Paso	Chi cuadrado	Gl	Sig.
5	6,193	8	0,626

5.4.2. Coeficientes del modelo

En cuanto al grupo etario, los resultados de estos cuatro estudios en Colombia confirman lo expresado en la teoría a nivel general, mientras más se aumente en edad, mayores probabilidades hay de acercarse a las urnas. En este caso particular, estar entre 18 y 24 años da seis veces más probabilidad de optar por la abstención.

También aquí se confirmaría la teoría cuando dice que a medida que se avance en edad, por causa del trabajo y de mayores ingresos económicos y mayor estabilidad, se habrán resuelto las necesidades básicas, con la consecuencia de querer involucrarse más en asuntos políticos y de participación social en general (Diccionario Electoral IIDH/CAPEL, 1989).

En cuanto al nivel académico, contar con título profesional es lo que más ventaja da a la posibilidad de votar, sin embargo es de un 1:1. Contar con niveles inferiores no ayuda. Esto está muy ligado con lo expresado en el párrafo anterior, en tanto en nuestro medio mayores niveles de educación garantizan mayores y más sólidas oportunidades de empleo y de superación personal, con la escala en nivel socioeconómico, mejorando diferentes variables de las aquí expuestas.

Lo anterior confirma tanto en el promedio general de las cuatro ciudades, como en la individualidad, la Hipótesis 1 de esta investigación, destacando que esta es una variable que puede determinar de manera más clara en este cruce la intencionalidad de participar que tienen los ciudadanos.

mientras que ser de estrato bajo no incide en esa decisión. En tanto pertenecer al estrato alto, tendría un efecto 1:1 sobre este particular; es decir, ni aporta ni quita motivaciones para acercarse a las urnas.

Podría decirse que en cuanto al nivel socioeconómico y siguiendo las teorías de la Escuela de Columbia expuestas en las páginas previas a este apartado, si hay elementos de la vida cotidiana por resolver, como la alimentación, el empleo y las necesidades básicas, los ciudadanos generarán desconfianza hacia quien creen que tiene la obligación de proveerlos: el Estado. Al final siempre se van a ligar las decisiones político-electorales con la interacción con el Estado.

Al igual que ocurre con otras variables, esta demuestra que mientras más se suba en la escala, mayores probabilidades hay de que se acuda a las urnas y así lo dicen los datos totales cuando se mira en conjunto las cuatro ciudades y eso confirmaría de manera positiva la Hipótesis 2 de este trabajo.

En cuanto a variables como los *issues* de campaña que los candidatos promueven en sus jornadas de acercamiento con la ciudadanía y a través de los medios de comunicación, para el caso colombiano sólo uno de ellos muestra de manera más clara que los otros una incidencia directa en la intención de voto: darle prioridad al combate de la corrupción.

De la misma manera que en el segmento anterior, en el de los *issues* se evidencia la desconexión de la ciudadanía con la clase política y lo que representan las jornadas electorales donde se configura una relación tangible entre los dos actores. La lucha contra la corrupción está asociada inevitablemente a ese malestar ciudadano que se ve reflejado en la apatía y los altos niveles de abstención, como ya se describió en este trabajo.

En este mismo sentido, hay que tener particular cuidado para este modelo con la variable independiente **Ideología**, que lleva a concluir que quienes se dicen pertenecientes a un partido son los que mayores probabilidades tienen de votar, por sobre las demás variables. Asumirse

como parte de un partido político da entre dos y tres veces más probabilidades de acudir a las urnas.

Los resultados de este particular confirman la Hipótesis 3 planteada en este trabajo en el sentido de que al existir un mayor interés en la política, determinado por la identificación partidista, hay en efecto una mayor intención de voto.

Lo anterior, podría explicarse- así como se detalló en el marco teórico de este trabajo- en que la identidad política está ligada a acciones en escala como estar enterado de lo que ocurre en el entorno, lo que permite la información suficiente para la toma de decisiones y posteriormente la capacidad de discernir qué tipo de agrupación política representa el pensamiento particular del individuo.

Tabla 12. Variables en la ecuación

	B	E.T.	WALD	GL	SIG.	EX-P(B)	I.C. 95% EXP(B)	
							INFERIOR	SUPERIOR
Identificación partidista			38,564	7	0,000			
Cambio Radical	0,797	0,189	17,870	1	0,000	2,219	1,533	3,211
Polo D.	0,791	0,202	15,417	1	0,000	2,207	1,486	3,276
U	0,750	0,151	24,774	1	0,000	2,118	1,576	2,846
Liberal	0,772	0,158	23,724	1	0,000	2,163	1,586	2,951
Verde	0,879	0,205	18,475	1	0,000	2,409	1,613	3,596
Conservador	0,795	0,194	16,722	1	0,000	2,215	1,513	3,243
Otro	0,996	0,245	16,599	1	0,000	2,709	1,677	4,375
Edad			125,697	4	0,000			
18-24	-1,798	0,176	103,808	1	0,000	0,166	0,117	0,234
25-34	-0,484	0,141	11,699	1	0,001	0,617	0,467	0,813
35-44	-0,290	0,139	4,367	1	0,037	0,748	0,570	0,982
45-54	-0,016	0,146	0,011	1	0,915	0,985	0,739	1,311
Estrato			7,366	2	0,025			
Bajo	-0,131	0,129	1,033	1	0,309	0,877	0,681	1,129
Medio	0,159	0,129	1,510	1	0,219	1,172	0,910	1,511
Issues campaña			6,680	3	0,083			
Orden público	-0,066	0,111	0,352	1	0,553	0,936	0,753	1,164
Situación económica	-0,179	0,132	1,844	1	0,174	0,836	0,645	1,083
Combatir corrupción	0,352	0,207	2,902	1	0,088	1,422	0,948	2,131

	B	E.T.	WALD	GL	SIG.	EX- P(B)	I.C. 95% EXP(B)	
							INFE- RIOR	SUPE- RIOR
NivAcadémico			65,939	3	0,000			
Primaria	-0,856	0,164	27,365	1	0,000	0,425	0,308	0,586
Secundaria	-1,015	0,128	62,918	1	0,000	0,363	0,282	0,466
Técnico/tecnológico	-0,451	0,134	11,363	1	0,001	0,637	0,490	0,828
Constante	-0,102	0,195	0,275	1	0,600	0,903		

a. Variable(s) introducida(s) en el paso 5: p5n_Issues2

La siguiente tabla (13) muestra las variables que no fueron incluidas en el modelo, en la cual se observa el valor por el cual los coeficientes asociados a estas no sería significativamente diferente de cero, es decir son $b_j = 0$.

Tabla 13. Variables que no están en la ecuación

		PUNTUACIÓN	GL	SIG.
Variables	Masculino	0,774	1	0,379
	Actividad	2,195	4	0,700
	Estudio	0,223	1	0,637
	Trabajo	0,783	1	0,376
	Ama de casa	1,703	1	0,192
	Pensionado	0,069	1	0,793
Estadísticos globales		2,240	5	0,815

En definitiva es claro que para el caso colombiano descrito a partir de las encuestas de las cuatro ciudades más importantes, en las que se concentra un alto núcleo de votantes, los mayores predictores de la abstención son: sentirse parte de un partido político y eso se logra a través de una mayor predisposición a recibir información, y por ende a entender los procesos electorales y de participación que se viven en la sociedad

De otro lado, el nivel de estudios de los ciudadanos afecta las posibilidades de acudir a las urnas, mientras que la actividad personal del

ciudadano, que podría indicar estabilidad en su vida, no demostró significación en este modelo para predecir conductas de participación o abstención.

En este sentido podría asegurarse, basado en estos datos, que los factores políticos tendrían mayor peso en el comportamiento electoral de los colombianos, lo que indefectiblemente llevaría a profundizar en una investigación posterior, cómo afectan de manera concreta dos variables que no fueron incluidas en las encuestas usadas para este modelo: consumo de medios de comunicación y rol de las campañas electorales.

5.5. Modelo de aplicación selectiva

Con el fin de poner a prueba el modelo elegido con algunos escenarios que podrían presentarse en una elección determinada, a continuación se presentan ejemplos de cómo se aplica el modelo en variables selectivas para predecir la intención de votar.

Ejemplo 1: Probabilidad de votar de una persona con las siguientes características:

- Joven (18 a 24 años).
- Bachiller.
- No pertenece a ningún partido político.
- Estrato bajo.
- Prioriza combatir la corrupción.

Los parámetros codificados asociados a las características expuestas en el ejemplo corresponden a:

		CODIFICACIÓN DE PARÁMETROS						
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Ideología	Sin partido	0	0	0	0	0	0	0
Edad	Edad 18-24	1	0	0	0			
¿Cuál es su nivel académico?	Secundaria	0	1	0				
Issues	Combatir la corrupción	0	0	1				
Estrato	Bajo	1	0					

Al aplicar los coeficientes estimados para el modelo se tiene la siguiente tabla, donde la segunda columna corresponde a los coeficientes estimados por el modelo de regresión logística, la tercera a los parámetros asignados para el ejemplo dado, y la última columna al producto entre el coeficiente y el parámetro. El valor correspondiente al término:

$$z_i = b_0 + b_1 x_{i1} + b_2 x_{i2} + \dots + b_p x_{ip}$$

Es igual a -2,694 y el correspondiente a

$$\pi_i = \frac{e^{z_i}}{1 + e^{z_i}} = \frac{1}{1 + e^{-z_i}}$$

Que es la probabilidad estimada, para este ejemplo 0,063; lo cual indica que un joven con esas características tiene muy poca probabilidad que vote en las siguientes elecciones.

PARÁMETROS	B	EJEMPLO 1	B*X
P6n_Ideologia			
P6n_Ideologia(1)	0,797	0	0,000
P6n_Ideologia(2)	0,791	0	0,000
P6n_Ideologia(3)	0,750	0	0,000
P6n_Ideologia(4)	0,772	0	0,000
P6n_Ideologia(5)	0,879	0	0,000
P6n_Ideologia(6)	0,795	0	0,000
P6n_Ideologia(7)	0,996	0	0,000
Edad			
Edad(1)	-1,798	1	-1,798

Edad(2)	-0,484	0	0,000
Edad(3)	-0,290	0	0,000
Edad(4)	-0,016	0	0,000
Estrato_n			
Estrato_n(1)	-0,131	1	-0,131
Estrato_n(2)	0,159	0	0,000
p5n_Issues2			
p5n_Issues2(1)	-0,066	0	0,000
p5n_Issues2(2)	-0,179	0	0,000
p5n_Issues2(3)	0,352	1	0,352
P9_Niv_Acad			
P9_Niv_Acad(1)	-0,856	0	0,000
P9_Niv_Acad(2)	-1,015	1	-1,015
P9_Niv_Acad(3)	-0,451	0	0,000
Constante	-0,102	1	-0,102
		Suma	-2,694
		Exp(.)	0,068
		Probabilidad	0,063

Ejemplo 2: Probabilidad de votar de una persona con las siguientes características:

- Joven (18 a 24 años).
- Universitario.
- Militante del Partido Verde.
- Estrato alto.
- Prioriza el combate a la corrupción.

Los parámetros codificados asociados a las características expuestas en el ejemplo corresponden a:

		CODIFICACIÓN DE PARÁMETROS						
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Ideología	Partido Verde	0	0	0	0	1	0	0
Edad	Edad 18-24	1	0	0	0			
¿Cuál es su nivel académico?	Profesional	0	0	0				
Issues	Combatir la corrupción	0	0	1				
Estrato	Alto	0	0					

Al aplicar los coeficientes estimados para el modelo se tiene la tabla presentada a continuación, donde el valor final pasa a ser de una probabilidad de 0,339, expresando que una persona con estas características tiene mayor posibilidad de votar las próximas elecciones con respecto a la persona del Ejemplo 1, pero su probabilidad aún está por debajo de 0,5 que es el punto de corte para clasificarlo; esto indicaría que esta persona no se podría clasificar como votante.

	B	EJEMPLO 2	B*X
P6n_Ideologia			
P6n_Ideologia(5)	0,879	1	0,879
Edad			
Edad(1)	-1,798	1	-1,798
Estrato_n			
p5n_Issues2			
p5n_Issues2(3)	0,352	1	0,352
P9_Niv_Acad			
Constante	-0,102	1	-0,102
		Suma	-0,669
		Exp(.)	0,512
		Probabilidad	0,339

Ejemplo 3: Probabilidad de votar de una persona con las siguientes características:

- Persona mayor (55 años o más).
- Profesional.
- Militante del Partido Conservador.
- Estrato alto.
- Prioriza dentro de los issues de campaña el Orden Público - Inseguridad - Delincuencia.

Los parámetros codificados asociados a las características expuestas en el ejemplo corresponden a:

		CODIFICACIÓN DE PARÁMETROS						
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Ideología	Conservador	0	0	0	0	0	1	0
Edad	Edad 55 o más	0	0	0	0			
¿Cuál es su nivel académico?	Profesional	0	0	0				
Issues	Orden público Inseguridad Delincuencia	1	0	0				
Estrato	Alto	0	0					

Con estas características en este ejemplo, se tendrá una probabilidad de 0,652. Lo que indicaría que este sujeto tiene amplias posibilidades de votar.

	B	EJEMPLO 3	B*X
P6n_Ideologia			
P6n_Ideologia(6)	0,795	1	0,795
Edad			
Estrato_n			
p5n_Issues2			
p5n_Issues2(1)	-0,066	1	-0,066
P9_Niv_Acad			
Constante	-0,102	1	-0,102
		Suma	0,627
		Exp(.)	1,872

6. CONCLUSIONES

La descripción del comportamiento en materia electoral de una sociedad tan disímil como la colombiana suponía desde el principio un reto que implicaba poner en contexto la generalidad del país, pero también las diferencias que existían entre sus regiones. Lo primero hacía parte de la revisión de los antecedentes políticos de una sociedad bipartidista por más de 140 años, que en los últimos 20 abrió sus puertas a nuevas colectividades aprovechando la amplitud de la Constitución de 1991; pero en esa misma vía llegaba la construcción de personalismos que implicó pasar de dos partidos a 76, registrados en el Consejo Nacional Electoral.

La confrontación empírica para confirmar las motivaciones que tienen los ciudadanos colombianos para votar se realizó con cuatro estudios preelectorales cuyas muestras se tomaron en octubre de 2011, cinco días antes de las jornadas para elegir alcaldes en las cuatro ciudades más importantes de Colombia, tanto en número de habitantes, así como núcleos sociales y económicos del país.

Estas cuatro ciudades representan el 28,9% de la población total de Colombia y aunque en su gran mayoría los estudios se refieren a núcleos urbanos, el tamaño de la muestra respondía a lo esperado y el momento en el que fueron recogidos los datos permitía observar la influencia de las campañas electorales que llevaban casi tres meses a través de los medios de comunicación y de manera directa impactando en la población.

Los resultados analizados en esta suma de estudios de opinión permitieron diferenciar los motivos que llevan a que colombianos de

regiones tan diferentes geográfica y culturalmente hablando, se interesen por la política y ejerzan su derecho al voto, en un país donde no hay voto obligatorio. Sin embargo al consolidarlos permitió ver esa misma intención en la generalidad que mostró la suma (*merge*) de los estudios.

Un elemento a tener en cuenta para la observación de estos datos, es que el voto urbano es menos proclive a las relaciones clientelares y las cuatro ciudades en mención han elegido alcaldes en los últimos años fuera de los partidos tradicionales, lo que permite advertir de manera más clara los motivos a tener en cuenta para definir, primero la intención de votar (la variable dependiente) y posteriormente, los motivos que inciden en esa acción.

El análisis de las variables que se contraponen en dos grupos, uno de carácter individual y otro de carácter político demostró que, si bien hay concordancia entre la mayoría de factores expuestos en el Marco Teórico confrontados con la realidad, en variables como el género no se presenta contundencia tal como para inferir que ésta afecta la intención de voto, así los resultados numéricos de los estudios confirmen con ligera diferencia lo expuesto.

Este trabajo pretendió agrupar las variables del entorno de los ciudadanos colombianos con las que tienen estrecha relación con su individualidad, para determinar cuáles de ellas podrían incidir en el comportamiento electoral. Sin embargo para darle mayor solidez a la variable dependiente (Sí vota) –por ser estos estudios preelectorales– sólo se tuvo en cuenta a los encuestados que manifestaron haber votado en las elecciones previas (2010), pretendiendo así consistencia en la intención que manifiestan (votar) con su accionar (haber votado).

Lo encontrado en los resultados analizados muestra que, independientemente de las diferencias regionales, hay variables que están en la misma vía en las cuatro ciudades analizadas: por ejemplo los jóvenes son menos afines a participar en procesos electorales en todas las ciudades; así como los que no se identifican con ningún partido o agrupación política son también menos afines a acudir a las urnas.

Sin embargo, hay algunas variaciones entre ciudades que demuestran particularidades del momento que viven: Medellín es la única ciudad de las evaluadas donde las mujeres indican mayor intención de participar que los hombres, y aunque la diferencia sea mínima, muestra que al menos en teoría se pretender demostrar progreso en una sociedad históricamente cerrada y machista, ahora que tiene los ojos de los medios puestos sobre ella, como una ciudad líder en muchos aspectos.

Aunque los estudios no incluyeron todas las variables que se destacan en el Marco Teórico (faltaron Estado Civil, consumo de medios de comunicación y rol de campañas electorales como vehículos por donde llega la información política a la ciudadanía), se considera que por los motivos expuestos en ese mismo apartado, éstas tienen capacidad de predecir la intención de voto de los ciudadanos y por esta razón no se obvió su explicación desde las escuelas tratadas. Podrían ser un elemento a considerar en futuras investigaciones que se realicen sobre Colombia.

Hay algo particular que llama la atención en los análisis realizados a partir de los estudios de opinión: sigue existiendo un sesgo en este tipo de encuestas en los que el encuestado busca parecer más abierto en cuanto a su opción de votar indistintamente por hombres o por mujeres. Al final los resultados electorales confirman lo contrario en temas como la poca trascendencia que se les da a las mujeres que son candidatas.

Es importante complementar este tipo de investigaciones con estudios cualitativos y profundizar en detalle sobre este tipo de aspectos por ejemplo por qué en una ciudad como Medellín si las mujeres muestran mayor índice de participación, el voto por aspirantes mujeres es considerablemente más bajo que por los aspirantes hombres⁷¹.

El modelo estadístico elegido para determinar el papel de la suma de las variables independientes sobre la dependiente, arrojó un dato que

⁷¹ Cabe recordar que de 21 curules que se eligieron en el Concejo de Medellín para el período 2011-2015, sólo una fue para una mujer.

debe ser tenido en cuenta a la hora de leer las motivaciones de los colombianos para votar. La variable que predijo de manera más clara la intención de voto fue asumirse como parte de un partido político, que por sí sola no tendría razones para el resultado observado.

Sin embargo dentro del análisis puede inferirse que antes de pertenecer a un partido es necesario un conocimiento de lo que significa seguir a esa colectividad específica; lo que ratificaría la necesidad de fortalecer los procesos de participación ciudadana y de divulgación de conceptos asociados a los actores políticos, lo que implicaría entonces darle fuerza a los espacios en los medios de comunicación en los que se destaquen procesos de esta naturaleza.

Con el modelo estadístico seguido se realizaron ejercicios que determinarían la probabilidad de votar de ciudadanos con características específicas para encontrar qué tipo de perfiles deberían buscar los partidos políticos para dirigirse a ellos de manera más efectiva y qué condiciones del ciudadano (variables) no son fuertes, en las que el Estado como garante de los procesos democráticos, podría enfocarse con el fin de potenciar la participación ciudadana en Colombia.

Puede concluirse que, efectivamente, hay variables en el entorno que pueden modificar la conducta de los ciudadanos y llevarlos a las urnas, al interesarlos por temas que despiertan la propensión de la acción específica de votar. Trabajos como el presente sirven efectivamente (como punto de partida), para que al complementarse con estudios cualitativos se pueda determinar qué tipo de variables sociodemográficas cumplen una función en la conducta electoral de los colombianos.

Las hipótesis planteadas al inicio de este trabajo tienen confirmación, tanto en el Marco Teórico en el que se revisa ampliamente lo adelantado por las escuelas de Columbia y Michigan; como en el apartado donde se presentan los modelos estadísticos.

La hipótesis 1, que da cuenta de los factores concernientes a la mayor estabilidad en factores individuales de los ciudadanos, es decir los factores que los diferencian en sus grupos sociales, se cumple al

combinarse las encuestas de las cuatro ciudades y mostrar el total de analizados en Colombia. Es claro en este sentido que la intención de voto se incrementa a mayor edad y mayor educación, sin embargo una variable incluida en este grupo (actividad personal), no es significativa a la hora de predecir la intención de ir a votar.

En el campo sociodemográfico, incluido igualmente dentro de los factores individuales, donde variables como el estrato socioeconómico con lo que eso implica en Colombia: lugar de residencia, servicios públicos, vías de acceso, sí demuestran tener incidencia en la intención de voto en la misma vía de lo planteado en el Marco Teórico de este trabajo. Se confirma entonces la hipótesis 2 presentada en la introducción.

Para finalizar habría que destacar como el mayor condicionante de la intención de voto a la pertenencia o afinidad clara con partidos políticos, lo que confirma lo expuesto en la literatura en el sentido de que a menor identificación partidaria, mayor nivel de abstención (Anduiza y Bosch, 2004). Lo anterior permite inferir que los esfuerzos tendientes a promover la participación ciudadana en Colombia deben ir por la vía de permitirle a la población mayor acceso a información de asuntos que la lleven a interesarse en política, y para eso se hace necesario fortalecer los canales que se usan para ese fin: medios de comunicación y campañas electorales.

Sobre lo anterior, cabe destacar la responsabilidad que tienen los partidos políticos en el proceso de participación ciudadana, al promover plataformas más atractivas a los ciudadanos.

En este sentido es pertinente afirmar que los motivantes del voto en los colombianos pueden identificarse con estudios cuantitativos como los usados en esta investigación, pero esto necesariamente abre la puerta para profundizar en los matices que trae el cumplimiento de estos factores; por lo que un complemento cualitativo señalaría en qué medida deben usarse los condicionantes desde las campañas electorales y desde los medios de comunicación para fomentar la participación ciudadana y reducir el nivel de abstencionismo que registra Colombia.



7. BIBLIOGRAFÍA

- AAMODT, Sandra y WANG, Sam. *Entra en tu cerebro*. Barcelona: Zeta, 2009.
- AGRESTI, Alan. *An Introduction to Categorical Data Analysis*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2007.
- AGUILERA, Armando. Implicaciones de la violencia política en la intención de voto y en el comportamiento electoral. *Reflexión política*, 2002, vol. 4 (7): 62-75.
- ALCÁNTARA, Manuel. *¿Instituciones o máquinas ideológicas? Origen, programa y organización de los partidos políticos latinoamericanos*. Barcelona: ICPS, 2004.
- ALCÁNTARA, Manuel. Luces y sombras de la calidad de la democracia en América Latina. *Revista de Derecho Electoral. Tribunal Supremo de Elecciones*, 2008, Vol. 06: 1-15.
- ALDRICH, John H. Rational Choice and Turnout. *American Journal of Political Science*, 1993, Vol. 37: 246-78.
- ALONSO, Ana R. *Cómo viven las y los habitantes de Bogotá: una lectura de la ciudad a través de las cifras*. Pre-til: Investigar para hacer Ciudad, 2007, Vol. 05: 32- 45.
- ALTMAN, David. Individual, Economic, and Institutional Causes of Electoral Participation in Latin America. Instituto de Ciencia Política de la Universidad Católica de Chile. 2009. Recuperado el 15 de agosto de 2014 en: <http://sitemason.vanderbilt.edu/files/heU6Y0/ALTMAN%20Individual%20Economic%20and%20Institutional%20Causes%20of%20Electoral%20Participation%20in%20Latin%20America.pdf>

- ALVAREZ, Luz. Exclusión social en Medellín: sus dimensiones objetivas y subjetivas. *Estudios Políticos*, 2011, Vol. 39: 97-116.
- ALZATE, Mónica. Marcos de acción colectiva y participación en Barranquilla. *Revista de Derecho – Barranquilla*, 2009, Vol. 32: 199-217.
- ANDUIZA, Eva. ¿Individuos o sistemas? Las razones de la abstención en Europa Occidental. Madrid: CIS, 1999.
- ANDUIZA, Eva y BOSCH, Agustí. Comportamiento político y electoral. Barcelona: Ariel, 2004.
- ARENAS, Juan C. Retóricas sobre el fraccionamiento del partido liberal en Medellín: 1958-1986. *Estudios Políticos*, 2006, Vol. 29: 123- 152.
- ARENAS, Juan C. Partidos políticos y elecciones en Medellín 1988 – 2000. Medellín: Universidad de Antioquia e Instituto de Estudios Políticos, 2002.
- ARENAS, Juan C. y BEDOYA, John F. Las lógicas de la competencia electoral en escenarios locales: Medellín, 1998-2007. *Estudios Políticos*, 2011, Vol. 29: 39- 74.
- ARENAS, Juan C, BEDOYA Jhon F y ECHEVERRY, Laura. Democracia, elecciones y política local, *Apuntes de Gobierno*. Medellín: Instituto de Estudios Políticos, 2012.
- ARENAS, Juan C. y ESCOBAR, Juan C. Elecciones, partidos y política local. Medellín: Universidad de Medellín, Universidad de Antioquia, Instituto de Estudios Políticos, 2012.
- ARENAS, Juan C y ESCOBAR, Juan C. Las elecciones de octubre en Medellín: candidaturas, temas y resultados. *Estudios Políticos*, 2000, Vol. 17: 91- 121.
- ARENAS, Juan C y ESCOBAR, Juan C. Perfil electoral de Medellín. Medellín: Universidad de Antioquia e Instituto de Estudios Políticos, 2006.
- ARIAS, Angélica. Contexto de violencia y conflicto armado. En LÓPEZ, Claudia. *Monografía Político Electoral Departamento de Córdoba 1997 a 2007*. Bogotá: Misión de Observación Electoral y Corporación Nuevo Arco Iris, 2007: 2-40.

- ARTEAGA, Víctor. Hacia una caracterización del lugar y el perfil del elector colombiano. *Estudios Políticos*, 2011, Vol. 39: 75- 94.
- AVILA, Fernando. Contexto de violencia y conflicto armado. En LOPEZ, Claudia. *Monografía Político Electoral Departamento de Antioquia 1997 a 2007*. Bogotá: Misión de Observación Electoral y Corporación Nuevo Arco Iris, 2007: 2-73.
- AXELROD, Robert. Schema Theory: An information processing model of perception and cognition. *American Political Science Review*, 1973, Vol. 67: 1248-1266.
- BAQUERO, Catalina. El Desfile partidista bajo la sombra del liberalismo. Trabajo de grado para optar el título de politólogo de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, 2006.
- Barranquilla como Vamos. Encuesta de percepción 2012. Barranquilla, 2012.
- Barranquilla como Vamos. Encuesta de percepción 2011. Barranquilla, 2011.
- Barranquilla como Vamos. Encuesta Calidad de Vida 2010. Barranquilla, 2010.
- BARRERO, Fredy y MELÉNDEZ, Carlos. Consideraciones sobre la gobernabilidad como determinante del comportamiento electoral en Colombia: elecciones presidenciales de 2010. *Colombia Internacional*, 2010, Vol. 74: 59- 87.
- BARRETO, Antonio. El voto de opinión en Bogotá: una mirada crítica. *Análisis Político*, 2010, Vol. 69: 66- 78.
- BEDOYA, John F. ¿Quiénes y por qué votan en Medellín? : Comprobación empírica de las teorías del comportamiento electoral en las elecciones por alcalde en Medellín 2007. *Revista conflicto y sociedad*, 2012, Vol. 01: 51-68.
- BERRIDGE, Kent C. y WINKIELMAN, Piotr. ¿What is an unconscious emotion? (The case for unconscious 'liking'). *Cognition & Emotion*, 2003, Vol. 17: 181.
- BLAIS, André y DOBRZYNSKA, Agnieszka. Turnout in electoral democracies. *European Journal of Political Research*, 1998, Vol. 33: 239-261.

- BLASIER, Cole. Power and Social Change in Colombia: The Cauca Valley. *Journal of inter American Studies*, 1966, Vol. 8: 386-410.
- BLUMER, Herbert. *Symblic interactionism: perspective and method*. Nueva Jersey: Prentice-Hall, 1969.
- BOIX, Carles y RIBA, Clara. Las bases sociales y políticas de la abstención en las elecciones generales españolas: recursos individuales, movilización estratégica e instituciones electorales. Working Paper.
- BOOMGAARDEN, Hajo G. y VLIEGENTHART, Rens. How news content influences anti-immigration attitudes: Germany, 1993–2005. *European Journal of Political Research*, 2009, Vol. 48: 516-542.
- BORHEK, James y CURTIS, Richard. *A sociology of belief*. Nueva York: Wiley, 1975.
- BOTERO, Felipe y RODRÍGUEZ, Juan C. Ordenando el caos. Elecciones legislativas y reforma electoral en Colombia. *Revista de Ciencia Política*, 2006, vol. 26: 138 – 151.
- BOTERO, Felipe. Voto preferente y cohesión partidista. Entre el voto personal y el voto de partido. En: RODRÍGUEZ, Juan C. *Partidos y elecciones en Colombia*. Bogotá: Universidad de los Andes, Departamento de Ciencia Política, Fundación Konrad Adenauer, 2006: 161- 189.
- BRACONNIER, Celine y DORMAGEN, Jean-Yves. *La démocratie de l'abstention: Aux origines de la démobilisation électorale en milieux populaires*. Paris: Folio actuel, 2007.
- BREMNER, RH. *American Philantropy*. Chicago: University of Chicago Press, 1960.
- BRICEÑO, Héctor. Cambios en el comportamiento electoral y en el sistema de partidos de Venezuela (1958-2010). En: TELLES, Helcimara y MORENO, Alejandro. *Comportamiento electoral y comunicación política en América Latina. El elector latinoamericano*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

- BUITRAGO, Francisco L. Estado y política en Colombia. Bogotá: Siglo XXI Editores, 1984.
- CAICEDO, Eder. Estructuras de poder político y electoral. En LÓPEZ, Claudia. Monografía Político Electoral departamento de Atlántico 1997 a 2007. Bogotá: Misión de Observación Electoral y Corporación Nuevo Arco Iris, 2007: 25-52.
- CALDERÓN, María Teresa y RESTREPO, Isabela. Colombia 1910-2010. Bogotá: Taurus, 2011.
- Cali como vamos. Encuesta de percepción Cali: ¿Cómo Vamos? 2012. Cali, 2012.
- Cali como vamos. Encuesta de percepción Cali: ¿Cómo Vamos? 2011. Cali, 2011.
- Cali como vamos. Informa de Calidad de Vida Cali: ¿Cómo Vamos? 2011. Cali, 2011.
- CAMPBELL, Agnus et. al. The American Voter. Nueva York: John Wiley, 1960.
- CÁRDENAS, Mauricio. Nueva Introducción a la Economía Colombiana. Colombia: Alfaomega, 2009.
- CEPEDA ULLOA, Fernando. Fortalezas de Colombia. Bogotá: Ariel, 2004.
- CEREC. Colombia piensa la democracia: Iglesia, partidos políticos, medios de comunicación, escuela, gremios y sindicatos frente al sistema político colombiano. Bogotá: Ediciones Uniandes, 1989.
- CERVANTES, Cecilia. La sociología de las noticias y el enfoque Agenda-Setting. *Convergencia, revista de ciencias sociales*, 2001, Vol. 24: 49-65.
- CORREA, Rosalía. La descentralización en Cali: entre avances y retrocesos. *Perspectivas Internacionales*, 2012, Vol. 08: 139- 173
- CORREA, Rosalía. Los resultado electorales del Concejo. *Cali Visible*, 2007, vol. 06: 04- 08.
- CORZO, Susana. El clientelismo político como intercambio. Barcelona: Institut de Ciències Polítiques i Socials, 2002.

- DAHL, Robert. ¿Who governs? Democracy and power in an american city. New Haven: Yale University Press, 1961.
- DE ARAGÓN, Alberto. Cómo ganar el corazón y la mente de los votantes: Estrategias y tácticas para una campaña electoral exitosa. Guatemala: Palibrio, 2011.
- DEL CAMPO, Esther. Gobernabilidad y descentralización político-administrativa en los países andinos. Barcelona: CIDOB, 2006.
- DEL CAMPO, Esther y RAMOS, María Luisa. La paradoja partidista: institucionalización y representación en los partidos políticos latinoamericanos. *América Latina Hoy*, 1997, Vol. 16: 29-39.
- DELGADO, Irene. El comportamiento electoral municipal español, 1979-1995. Madrid: CIS, 1997.
- DELGADO, Oscar. Modernidad, Democracia y Partidos Políticos en Colombia. Bogotá: Fides-Fescol. 2007.
- Diccionario Electoral IIDH/CAPEL, Costa Rica, 1989.
- DINATALE, Martín y GALLO, Alejandra. Luces, Cámara... ¡Gobiernen! Buenos Aires: KAS, 2010.
- DIX, Robert H. Cleavage structures and party systems in Latin America. *Comparative Politics*, 1989, Vol. 2: 23-37.
- DOMÍNGUEZ, Eduardo. Contexto histórico de la inestabilidad política en Colombia. *Circulo de Humanidades UNAULA*, 2003, Vol. 11: 9-32.
- DOW, Jay. Gender Differences in Political Knowledge: Distinguishing Characteristics-Based and Returns-Based Differences. *Political Behavior*, 2009, Vol. 31: 117-136.
- DUVERGER, Maurice. Sociología Política. Barcelona: Ediciones Ariel, 1970.
- EDELMAN, Murray. Constructing the political spectacle. Chicago: University of Chicago Press, 1988.
- FERNÁNDEZ DE MANTILLA, Lya y PARRA, Esther. Participación formal y real: una mirada académica al sistema político colombiano. *Reflexión política*, 2000, Vol. 2 (3).

- FILGUEIRAS, Fernando. Corrupción y cultura política. En: TELLES, Helcimara y MORENO, Alejandro. Comportamiento electoral y comunicación política en América Latina. El elector latinoamericano. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.
- FLANIGAN, William y ZINGALE, Nancy. Political behavior of american electorate. Boston, 1972.
- FONT, Joan. La abstención en las grandes ciudades, Madrid y Barcelona. Investigaciones sociológicas, 1992, Vol. 58: 123-139.
- FRAILE, Marta. La influencia del conocimiento político en las decisiones de voto. Revista Española de Investigaciones Sociológicas, 2007, Vol. 120: 41-74.
- FRANCO, Vilma Liliana. Poder regional y proyecto hegemónico: el caso de la ciudad metropolitana de Medellín y su entorno regional, 1970-2000. Medellín: Instituto Popular de Capacitación, 2006.
- FRANZ, Michael M. y RIDOUT, Travis N. ¿Does Political Advertising Persuade?. Political Behavior, 2007, Vol. 29: 465-491.
- FREUD, Sigmund. Psicología de las masas. Octava reimpresión. Madrid: Alianza, 2008.
- FROMM, Erich. Psicoanálisis de la sociedad contemporánea. México: Fondo de Cultura Económica, 1970.
- GAITÁN, Pilar y MORENO, Carlos. Poder local: realidad y utopía de la descentralización en Colombia. Bogotá: Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales, 1992.
- GALINDO, Jorge. La Política como sistema. Metapolítica, 2001, Vol. 5: 132-145
- GAMSON, William. Constructing Social Protest. En JOHNSTON, Hank. Social Movements and culture. Mineapolis: University of Minnesota Press, 1995.
- GARCIA, Jairo y GODOY, Horacio. Partidos, movimientos y facciones en las elecciones populares de alcaldes en Barranquilla (Colombia). Investigación y Desarrollo, 2009, Vol. 17: 62- 83.

- GARCÍA, Mauricio y REVELO, Javier, E. Estado alterado. Clientelismo, mafias y debilidad institucional en Colombia. Bogotá: Centro de Estudios de Derecho, Justicia y Sociedad, 2010.
- GARCÍA, Mauricio. Clientelismo, intermediación y representación política en Colombia. ¿Qué ha pasado en los noventas? Estudios Políticos, 1999, Vol. 15: 61- 81
- GARCÍA, Miguel. Elección popular de alcaldes y terceras fuerzas. El sistema de partidos en el ámbito municipal 1988–1997. Análisis Político, 2000, Vol. 41: 87- 103.
- GERARD, Martin. Medellín tragedia y resurrección: mafia, ciudad y Estado: 1975-2012. Bogotá: Editorial Planeta, 2012.
- GILHODES, Pierre. Sistema de partidos políticos en Colombia. Modernidad, Democracia y Partidos Políticos, 1993, Vol. 2.
- GIRALDO, César A. La Participación política y el abstencionismo electoral en Colombia, análisis desde la sociología del derecho. Ratio Juris, 2006, Vol. 4: 71-81.
- GIRALDO, Fernando. Colombia 2006: Elecciones en Bogotá y suroccidente y el Eje Cafetero. Cali: Universidad Javeriana, 2011.
- GIRALDO, Fernando. Los partidos políticos y el sistema político colombiano. Revista Desafíos, 2004, Vol. 11: 160- 179
- GIRALDO, Fernando y MUÑOZ Yi, Patricia. Partidos Políticos en Colombia. Bogotá: KAS, 2014.
- GOMIS, Lorenzo. Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente. Barcelona: Paidós, 1991.
- GRAFSTEIN, Robert. The Impact of Employment Status on Voting Behavior. Journal of Politics, 2005, Vol. 67: 804-824.
- GRAMSCI, Antonio. Selection from the Prison Notebooks of Antonio Gramsci. New York: International Publishers, 1971.
- GREENFIEL, M. Science goes to Washington. Rand McMally, 1965.
- GROSS Kimberly y D'AMBROSIO, Lisa. Framing Emotional Response. Political Psychology, 2004, Vol. 25 (1).
- GUTIÉRREZ, Francisco. Degradación o cambio. Evolución del sistema político colombiano. Bogotá: Norma, 2002.

- GUTIÉRREZ, Francisco. La radicalización del voto en Colombia. En HOSKIN, Gary et al. Colombia 2002: elecciones, comportamiento electoral y democracia. Bogotá: Universidad de los Andes, Fundación Konrad Adenauer, Registraduría Nacional del Estado Civil y Departamento de Planeación, 2003
- GUTIÉRREZ, Francisco. ¿Lo que el viento se llevó? Los partidos políticos y la democracia colombiana: 1958-2002. Bogotá: Norma, 2007.
- GUTIÉRREZ, Francisco, BARBERENA, Viviana, OSPINA, Manuel, GARAY Luis. 25 años de la descentralización en Colombia. Bogotá: Konrad Adenauer Stiftung, 2010.
- GUTIÉRREZ, Francisco y DÁVILA, Andrés. Paleontólogos o politólogos: ¿Qué podemos decir hoy sobre los dinosaurios? Revista de Estudios Sociales, 2000, Vol. 6: 39-49.
- GUZMÁN, Carlos E. Descentralización política y terceras fuerzas en Colombia. El sistema de partidos en el ámbito regional, 1988- 2000. Revista de Estudios Políticos, 2002, Vol. 20: 43-67.
- GUZMÁN, Carlos E. Urnas, desencanto y expectativa. Las elecciones de 2010 en Colombia. En: ALCÁNTARA, Manuel, y TAGINA, María L. Elecciones y política en América Latina 2009-2011. México: Editorial Porrúa, 2013.
- GUZMÁN, Tania. El deterioro de los partidos como vía de transformación del Concejo de Bogotá entre 1970 y 2000, ¿El proceso de la destrucción creadora? Estudios Políticos, 2005, Vol. 27: 169-198.
- HABERMAS, Jürgen. Between facts and norms. Cambridge: MIT Press, 1995.
- HABERMAS, Jürgen. Historia y crítica de la opinión pública. Barcelona: Gustavo Gili, 1981.
- HOROWITZ, Irving L. Fundamentos de sociología política. Barcelona: Fondo de Cultura Económica, 1972.
- HOSKIN, Gary. MASÍAS, Rodolfo y GALVIS, Marcela. Modelos de decisión electoral y perfiles de votante en Colombia:

- elecciones presidenciales 2002. *Análisis Político*, 2005, vol. 55: 60- 74.
- HOSMER, D. W. y S. Lemeshow. *Applied Logistic Regression*. New York: Wiley, 2000.
- HOYOS, Diana. Evolución del sistema de partidos en Colombia 1972- 2000. Una mirada a nivel local y regional. *Análisis Político*, 2000, Vol. 55: 45-59.
- HUNT, Scott. *Social Movements and Collective Identity*. Ponencia entregada en: Encuentro de la Sociedad Sureña de Sociología en New Orleans, 1992.
- INGLEHART, Ronald y NORRIS, Pippa. The Developmental Theory of the Gender Gap: Women's and Men's Voting Behavior in Global Perspective. *International Political Science Review*, 2000, Vol. 21: 441-463.
- JACOME, Javier M. *Patrones espaciales sobre ideología y comportamiento electoral en Bogotá*. Tesis para optar por el título de Magister en Geomática Universidad Nacional de Colombia sede Bogotá, 2011.
- JARAMILLO, Agustín. *Testamento del Paisa*. Medellín: Susaeta, 1982.
- KITSCHOLT, Herbert y otros. *Latin American Party Systems*. New York: Cambridge University Press, 2010.
- KLAUS, Jensen. B. y JANKOWSKI, N. W. *Metodologías cualitativas de investigación en comunicaciones de masas*. Barcelona: Bosch, 1993.
- JOHNSTON, Hank. *Tales of Nationalism*. New Brunswick: Rutgers University Press, 1991.
- JUSTEL, Manuel. *La abstención electoral en España, 1977-1993*. Madrid: CIS, 1995.
- JUSTEL, Manuel. *Panorama de la abstención electoral en España*. *Revista Nueva Época*, 1990, Vol. 68: 343-396.
- KAHNEMAN, Daniel y TVERSKY, Amos. *Choices, Values, and Frames*. Cambridge: University Press, 2000.

- KLANDERMANS, Berto. Mobilization and participation; social psychological expansion of resource mobilization theory. *American Sociological Review*, 1984, Vol. 49: 583-600.
- KRUMHUBER, Eva y MANSTEAD, Antony S. ¿Are you joking? The moderating role of smiles in the perception of verbal statements. *Cognition & Emotion*, 2008, Vol. 23: 1504 - 1515.
- LASSWELL, Harold D. *The Analysis of Political Behavior. An Empirical Approach*. London: Routledge & Keagan Paul, 1951.
- LATORRE, Mario. *Elecciones y partidos políticos en Colombia*. Bogotá: Universidad de los Andes, 2008
- LAZARFELD, Paul F. *The people's choice*. 3a edición. New York: Columbia University Press, 1968.
- LE BON, Gustave. *Psicología de las masas*. Madrid: Morata, 2000.
- LEVINE, Daniel y MOLINA, José Enrique. Calidad de la democracia: Fortalezas y Debilidades en América Latina. En: MUNK, Gerardo y MANTILLA, Sebastián. *La calidad de la democracia: perspectivas desde América Latina*. Quito: CELAEP, 2013.
- LEWIS, Michael y RATTO, María C. Economic voting in Latin América: A general model. *Electoral Studies*, 2013, vol 1-5
- LÓPEZ G. Abstencionismo electoral en contextos no democráticos y de transición. *REIS*, 1978, Vol. 2.
- LOZADA, Rodrigo, GIRALDO, Fernando y MUÑOZ, Patricia. *Atlas sobre las elecciones presidenciales de Colombia 1974 – 2002*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 2004.
- LOZADA, Rodrigo y VÉLEZ, Eduardo. *Identificación y participación política en Colombia*. Bogotá: Fedesarrollo, 1982.
- LOZANO, José Carlos. Espectacularización en la cobertura informativa de las elecciones mexicanas a la presidencia. *Comunicación y sociedad*, 2001, Vol. 14 (1): 29-49.
- LLAMAZARES, Iván y GRAMACHO, Wladimir. *Ideología y preferencias de intervención económica estatal entre los diputados latinoamericanos*. Barcelona: CIDOB, 2007.

- LLANO, Hernando A. Cali: Las elecciones en feria. *Revista Foro Municipal*, 2007, Vol. 63: 6-7.
- LLANO, Hernando A. Entre tradiciones políticas y mutaciones electorales, análisis de las elecciones municipales en Barranquilla, Bucaramanga y Cali. En: GIRALDO, Fernando, LOSADA, Rodrigo y MUÑOZ, Patricia. *Colombia elecciones 2000*. Bogotá: CEJA, 2001.
- MADESTAM, Andreas y YANAGIZAWA-DROTT, David. *Shaping the Nation: The Effect of Fourth of July on Political Preferences and Behavior in the United States*. 2011, recuperado el 21 de febrero de 2012 en: <http://www.hks.harvard.edu/fs/dyanagi/Research/FourthOfJuly.pdf>
- MADRID, Martha. Evaluación de la descentralización en treinta municipios de la Costa Caribe. *Aguita*, 2001, Vol. 05: 39-56.
- MAINWARING, Scott. *Rethinking Party Systems in the Third Wave of Democratization. The case of Brazil*. California: Stanford University Press, 1999.
- MAINWARING, Scott y otros. Measuring Success in Democratic Governance. En: MUNK, Gerardo y MANTILLA, Sebastián. *La calidad de la democracia: perspectivas desde América Latina*. Quito: CELAEP, 2013.
- MARCINKOWSKI, Frank y GREGER, Volker. La personalización de la comunicación política en la televisión. En: PRIESS, Frank (ed). *Relación entre política y medios*. Buenos Aires: KAS, 2002.
- MARCUS, G. Emotions in politics. *Annual Review of Political Science*, 2000, Vol. 3: 221.
- MARTÍN, Marta y BERGANZA, María R. *Votantes y medios de comunicación en las elecciones nacionales españolas de 1996: ¿exposición selectiva o influencia mediática?*. *Comunicación y Sociedad*, 2001, Vol. 14: 51-70.
- MATEOS, Araceli. *Ciudadanos y participación política*. Recuperado el 18 de junio de 2015, disponible en <http://campus.usal.es/~dpublico/areacp/materiales/ciudadanosyparticipacion.pdf>

- MATEOS, Araceli y MORAL, Félix. Comportamiento electoral de los jóvenes españoles. Madrid: Instituto de la Juventud, 2006.
- Medellín cómo vamos. Encuesta de percepción Medellín: ¿Cómo Vamos? 2012. Cali, 2012.
- Medellín cómo vamos. Informa de Calidad de Vida Medellín: ¿Cómo Vamos? 2011. Cali, 2011.
- MENDIETA, Angélica. Participación política electoral en América Latina y sus repercusiones en México. Una propuesta de análisis. Comunicación Vivat Academia ISSN, 2012, Vol. XIV: 1207-1215
- MEYER, Thomas. Mediocracia, rumbo a una democracia diferente. En: PRIESS, Frank (ed). Relación entre política y medios. Buenos Aires: KAS, 2002.
- Misión de Observación Electoral. Encuesta de percepción electoral de los votantes Colombianos. Bogotá, 2011.
- Misión de Observación Electoral. Encuesta de percepción electoral de los votantes Colombianos: Cali y Pasto. Bogotá, 2011.
- MOSCOVICI, Serge. The Age of the Crowd. Cambridge: Cambridge University Press, 1985.
- NEWTON, Kenneth. Social and Political Trust. En DALTON, Russel J. y KLINGEMANN Hans-Dieter. The Oxford Handbook of Political Behavior. New York: Oxford University Press, 2007.
- OCAMPO, Teresa. Mecanismos en la transformación política en Cali: fragmentación partidista, electorado cambiante y responsabilidad política (1988-2007). Estudios Políticos, 2011, Vol. 39: 15-38.
- OCAÑA, Francisco y OÑATE, Pablo. Índices e indicadores del sistema electoral del sistema de partidos. Una propuesta informática para el cálculo. Revista Española de Investigaciones Sociológicas, 1999, Vol. 86: 223-245.
- ORGULLOSO, Alberto. Las lecciones del Caribe: incertidumbres de la democracia. Revista Foro Municipal, 2007, Vol. 63: 46-52.

- PAGE, Benjamin. Who deliberates? Mass media in modern democracy. *Canadian Journal of Political Science*, 1997, Vol 30: 385-386.
- PAYNE, Mark, CARRILLO, Fernando, ALLAMAND, Andrés, y ZOVATTO, Daniel. *Democracies in Development: Politics and Reform in Latin America*. Nueva York: BID / International IDEA, 2002.
- PÉREZ, Aníbal. Neoinstitutional accounts of voter turnout: moving beyond industrial democracies. *Electoral Studies*, 2001, Vol. 20: 281-297.
- PÉREZ, Carlos A. *Pistas para entender el cerebro político*. 1ª edición. Medellín: CAEP, 2011.
- PÉREZ, Carlos A. *¿Por qué votamos? Una aproximación al comportamiento electoral de los colombianos*. Tesis para optar al título de Máster en Ciencia Política por la Universidad de Salamanca, 2010.
- PÉREZ, Carlos A. *Comunicación y Marketing Político*. 3ª edición. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana, 2009.
- PÉREZ, Juan P. y MINOR, Mora. *De la pobreza a la exclusión social. La persistencia de la miseria en Centroamérica*. San José: Fundación Carolina CeACI, 2006.
- PÉREZ, Nadia Jimena. *El sistema de partidos colombianos hoy la pervivencia y persistencia de la personalización política*. 2009. Recuperado el 25 de febrero de 2015. Disponible en http://americano.usal.es/oir/opal/textos/Nadia_Perez_Guevara.pdf
- PINTO, María T. La disputa política en torno a la alcaldía de Santiago de Cali de 2007. *Revista Sociedad y Economía*, 2008, Vol. 14: 201-226.
- PINZÓN, Patricia y ROTH LISBERGER, Dora. La participación electoral en 1990: ¿un nuevo tipo de votante?. En: SÁNCHEZ, Rubén. *Los nuevos retos electorales. Colombia 1990: antesala del cambio*. Bogotá: Fondo Editorial Cerec, 1991.
- PIZARRO, Eduardo. Elecciones, partidos y nuevo marco institucional: ¿en qué estamos? *Análisis Político*, 1994, Vol. 22: 81-98.

- POSADA CARBÓ., Eduardo. La nación soñada. Bogotá: Norma, 2006.
- PUERTA, Uber, PÉREZ, Carlos, IDÁRRAGA, Carlos y MÚNERA, Francisco. La participación ciudadana y el desarrollo de la cultura política en Colombia. Bogotá: KAS, 2006
- QUINTANA, María y LLANO, Hernando. Elecciones en Cali y el Valle del Cauca: entre el travestismo político y el transfuguismo partidista. Revista Foro Municipal, 2007, Vol. 63: 53- 62.
- Red de ciudades cómo vamos. Percepción ciudadana sobre la calidad de vida en 10 ciudades colombianas 2012. Bucaramanga: 2013.
- RAMÍREZ H., Gilberto. Fragmentación partidista en Colombia. Estudios en derecho y gobierno, 2009, Vol. 2: 27-49.
- Registraduría Nacional del Estado Civil. Anuarios Estadísticos 1990. Colombia: Registraduría Nacional del Estado Civil, 1990.
- Registraduría Nacional del Estado Civil. Anuarios Estadísticos 1992. Colombia: Registraduría Nacional del Estado Civil, 1992.
- Registraduría Nacional del Estado Civil. Anuarios Estadísticos 1994. Colombia: Registraduría Nacional del Estado Civil, 1994.
- Registraduría Nacional del Estado Civil. Historial de elecciones. Recuperado el 05 de junio de 2014, disponible en: <http://www.registraduria.gov.co/-Historico-de-Resultados-.html>
- RESTREPO, Manuel A. Análisis de la inversión social en Bogotá 1995-2004. Bogotá: Universidad del Rosario, 2006.
- REY, Arnaud, GOLDSTEIN, Ryan M. y PERRUCHET, Pierre. ¿Does unconscious thought improve complex decision making? Psychological Research, 2009, Vol. 73: 372-379.
- REYES, Francisco J. Una rápida mirada al comportamiento electoral en Bogotá el pasado 29 de octubre. Revista Javeriana, 2001, Vol. 136: 21- 21.
- REYES, Gerardo. Don Julio Mario. Bogotá: Grijalbo, 2012.

- RICHARDS, Barry. The Emotional Deficit in Political Communication. *Political Communication*, 2004, Vol. 21: 339-352.
- RODRÍGUEZ, Clara R. Reformas políticas y representación local en Bogotá. *Estudios Políticos*, 2005, Vol. 27: 131- 166.
- RODRIGUEZ, Juan C. Cambiar todo para que nada cambie. En GUTIÉRREZ, Francisco. *Degradación O Cambio: Evolución Del Sistema Político Colombiano*. Colombia: Editorial Norma, 2002.
- RODRÍGUEZ, Juan C. SELIGSON, Mitchell. Cultura política de la democracia en Colombia, 2011 *Actitudes democráticas en la sucesión*. Bogotá: Observatorio de la Democracia, 2011.
- ROLL, David. Rojo difuso y azul pálido. Los partidos tradicionales en Colombia: entre el debilitamiento y la persistencia. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia - Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales, 2002.
- ROSENSTONE, Steven J. y HANSEN, John M. *Mobilization, Participation, and Democracy in America*. New York: Macmillan, 1993
- RUBIA, Francisco J. *El cerebro nos engaña*. Madrid: Ediciones Temas de Hoy, 2007.
- RUIZ PÁEZ, Germán. La democratización de los partidos políticos en Colombia. Bogotá: KAS, 2006.
- RUIZ RODRÍGUEZ, Leticia M. Coherencia partidista: la estructuración interna de los partidos políticos en América Latina. *Revista Española de Ciencia Política*. Núm. 14, Abril 2006, pp. 87-114.
- RUIZ RODRÍGUEZ, Leticia M. GARCÍA M., Mercedes. Coherencia partidista en las élites parlamentarias latinoamericanas. *Revista Española de Ciencia Política*. Núm. 8, Abril 2003, pp. 71-102.
- RUIZ RODRÍGUEZ, Leticia M. La coherencia programática en los partidos políticos. En: ALCÁNTARA, Manuel. *Políticos y Política en América Latina*. Madrid: Fundación Carolina y Siglo XXI, 2006.

- RUIZ RODRÍGUEZ, Leticia M. Oferta partidaria y comportamiento electoral en América Latina. En: TELLES, Helcimara y MORENO, Alejandro. Comportamiento electoral y comunicación política en América Latina. El elector latinoamericano. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.
- SABATINI, Christopher. Descentralización y partidos políticos I. Recuperado 01 de julio de 2013, disponible en: http://www.revistaperspectiva.com/archivos/revista/No%205/07_descentralizacion.pdf
- SABATINI, Christopher. Descentralización y partidos políticos II. Recuperado 02 de julio 2013, disponible en: http://www.revistaperspectiva.com/archivos/revista/No%206/10_descentralizacion.pdf
- SĂFTOIU, Răzvan. Persuasion Techniques Used in Festive Political Speeches. Petroleum - Gas University of Ploiesti Bulletin, Philology Series, 2010, Vol. 62: 61-66.
- SÁNCHEZ, José L. Crítica de la seducción mediática. Madrid: Tecnos, 1997.
- SÁNCHEZ, Miguel G. La reforma electoral y su impacto en las elecciones locales del 2003. Un análisis de las elecciones del Concejo de Bogotá. En HOSKIN, Gary. La reforma política de 2003: la salvación de los partidos políticos colombianos. Bogotá: Universidad de los Andes, Departamento de Ciencia Política, Fundación Konrad Adenauer, 2006.
- SANTOLAYA, Pablo. Participación en la Mesa 3. Casos europeos: España y Alemania. En: Seminario internacional sobre institucionalidad democrática. Experiencias electorales comparadas. México: IFE, 2006.
- SARTORI, Giovanni. ¿Qué es la democracia? Bogotá: Altamir Ediciones, 1994.
- SCHOEN, Harald y SCHUMANN, Siegfried. Personality Traits, Partisan Attitudes, and Voting Behavior. Evidence from Germany. Political Psychology, 2007, Vol. 28: 471-498.
- Secretaría del Medio Ambiente. Medellín en Cifras 2011. Medellín: Alcaldía de Medellín, 2011.

- SHIBUTANI, Tamotsu. On the personification of adversaries. Nueva Jersey: Prentice Hall, 1970.
- SIMPSON, Jeffrey A. Psychological foundations of trust. Association for Psychological Science, 2007, Vol. 16.
- SINNOT, Richard. Electoral participation/abstention: a framework for research and policy-development. Texto presentado en la Plenaria de FP5 Changequal network, Mannheim 10-12 de abril, 2003.
- SNOW, David, ROCHFORE, Burke, WORDEN, Steven K. y BENFORD, Robert. Frame alignment processes, micromobilization and movement participation. *American Sociological Review*, 1986, Vol. 51: 464-481.
- SOLARTE, Guillermo. Misión la política en Colombia: Claves para pensar la política. Bogotá: Escuela Superior de Administración Pública, 2002.
- STEINBERG, Blema. Shame and Humiliation: Presidential Decision Making on Vietnam. McGill Queens Univ Press, 1996.
- TURBAY, Juan. Aspectos de la Reforma Constitucional en Colombia: El Voto Obligatorio. *Revista de la Universidad Nacional*, 2010: 215 – 229.
- VARGAS, Alejo. El sistema político colombiano al inicio del gobierno de Santos. *Nueva Sociedad*, 2011, Vol. 231: 116- 131.
- VARGAS-CULLELL, Jorge. La calidad de la democracia y el estudio comparado de la democratización. En: MUNK, Gerardo y MANTILLA, Sebastián. La calidad de la democracia: perspectivas desde América Latina. Quito: CELAEP, 2013.
- VARGAS, Mauricio. LESMES, Jorge y TÉLLEZ, Edgar. El presidente que se iba a caer. Bogotá: Planeta Colombia Editorial S.A, 1996.
- VÁSQUEZ, Edgar. Historia de Cali en el siglo 20: Sociedad, economía, cultura y espacio. Cali: Artes Graficas del Valle, 2001.
- VELÁSQUEZ, Fabio. La agenda de la descentralización en Colombia. *Revista Foro*, 2000, Vol. 38: 5-20.

- VELÁSQUEZ, Fabio. ¿Qué ha pasado con la participación ciudadana en Colombia? Bogotá: Fundación Corona, 2003.
- VENEGAS, Juan C. Impacto de la reforma política de 2003 en los partidos y en el sistema de partidos local: el caso de Cali, elecciones 2007. *Perspectivas Internacionales*, 2008, Vol. 04: 37-72.
- VILLAMIZAR, Carlos A. Aspectos Fundamentales de la Sociología Política en Max Weber. Medellín: Universidad de Antioquia, 1985.
- VIRÓS, María R. A Qualitative Approach to Electoral Abstention. Universidad Pompeu Fabra. Working Paper.
- WILSON, John. Introduction to social movements. New York: Basic Books, 1973.
- WOLFINGER, Nicholas H. y WOLFINGER, Raymond E. Family Structure and Voter Turnout. *Social Forces*, 2008, Vol. 86: 1513-1528.
- ZAPATA, Juana, TORO, Alejandro y PUERTA, Sandra. Cultura política de los jóvenes. Medellín: CAEP, 2012.
- ZOVATTO, Daniel. Participación electoral en América Latina Tendencias y perspectivas 1978-2002. Oficina Nacional de Procesos Electorales, 2003, Vol. 2, 23-50



8. ANEXOS

8.1. Anexo 1.

Resultados Alcaldía de Bogotá 2000-2011

ELECCIONES 2000		
CANDIDATO	VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO
ANTANAS MOCKUS	681.017	A.S.I ANUPAC - VISIONARIO
MARÍA EMMA MEJÍA VÉLEZ	536.989	POR MARÍA EMMA - FIRMES POR BOGOTÁ
CLAUDIA DE CASTELLANOS	175.855	PARTIDO NACIONAL CRISTIANO
WILLIAM VINASCO	63.238	P.C.C MOV. NAL. C.P.C. - FZA
JAIME JARAMILLO	46.834	MOV. UNETE COLOMBIA
HERNANDO GÓMEZ SERRANO	5.658	CIU. POR BOYACÁ
JAIRO R. CLOPATOFSKY	3.252	MOV. CIVICO INDEPENDIENTE
JOSÉ RAFAEL OTOYA ARBOLEDA	2.748	MOV. POLÍTICO LAICOS POR COL.
MARILYN PATRICIA GÓMEZ AGUDELO	1.665	MOV. CIUDADANO
ERNESTO PÁEZ ORTIZ	1.326	MOV. DE PARTICIPACIÓN
HÉCTOR RIVEROS SERRANO	868	MOV. NACIONAL CONV. CIU. CAMBIO RADICAL
JOSÉ VICENTE MOLANO FERNÁNDEZ	749	MOV. CIUDADANO
votos por candidatos		
votos en blanco		37.184
votos nulos		16.220
votos no marcados		27.240
total votación		1.600.843

ELECCIONES 2003			
CANDIDATO	VOTOS	% VO-TOS	PARTIDO O MOVIMIENTO
LUIS EDUARDO GARZÓN	797.466	46.29	POLO
JUAN FRANCISCO LOZANO RAMÍREZ	681.830	39.58	PARTIDO COLOMBIA SIEMPRE
MARÍA EMMA MEJÍA	48.234	2.8	FIRMES POR BOGOTÁ
EDUARDO PIZANO DE NARVAEZ	28.048	1.62	BOGOTÁ VIVA
JAIME CASTRO	9.809	0.56	PARTIDO LIBERAL COLOMBIANO
HAROLD BEDOYA PIZARRO	9.380	0.54	MOV. FUERZA COLOMBIA
VÍCTOR VELÁSQUEZ REYES	9.187	0.53	MOV. UNIÓN CRISTIANA "UC"
MIGUEL ANTONIO RICAURTE	6.270	0.36	PARTIDO CONSERVADOR COLOMBIANO
ANGEL HUMBERTO ROJAS	6.243	0.36	MOV. UNITARIO METAPOLÍTICO
GLORIA GAITÁN	2.196	0.12	MOV. AUTORIDADES INDÍGENAS DE COLOMBIA
ADOLFO RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ	2.184	0.12	MOV. CONVERGENCIA POPULAR CÍVICA
OTONIEL GONZÁLEZ TORO	1.783	0.1	MOV. POPULAR UNIDO MPU
JIMMY BORDA	1.657	0.09	MOV. FORMAMOS CIUDADANOS
RODOLFO RINCÓN SOSA	1.505	0.08	MOV. CAUSA JUSTA
votos por candidatos		1.605.792	
votos en blanco		45.119	
votos nulos		14.578	
votos no marcados		41.272	
total votación		1.706.761	

ELECCIONES 2007			
CANDIDATO	VOTOS	% VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO
SAMUEL MORENO ROJAS	920.013	43.94	POLO
ENRIQUE PEÑALOSA LONDOÑO	591.373	28.24	PEÑALOSA ALCALDE
WILLIAM VINASCO CH.	351.098	16.77	MOV. NACIONAL AFRO
JUAN CARLOS FLÓREZ	34.561	1.65	MOV. ALIANZA SOCIAL INDÍGENA
ANTONIO GALÁN SARMIENTO	34.200	1.63	SIEMPRE ADELANTE
JORGE LEYVA VALENZUELA	15.731	0.75	PARTIDO CONSERVADOR COLOMBIANO
votos por candidatos	1.946.976		
votos válidos	2.031.526		
votos en blanco	84.550		
votos nulos	24.162		
votos no marcados	38.167		
total votos	2.093.855		

ELECCIONES 2011			
CANDIDATO	VOTOS	% VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO
GUSTAVO FRANCISCO PETRO	723.157	32.22	MOV. PROGRESISTAS
ENRIQUE PEÑALOSA LONDOÑO	560.590	24.98	PARTIDO VERDE Y PARTIDO DE LA U
GINA PARODY	376.154	16.76	GINA PARODY ALCALDESA
CARLOS FERNANDO GALÁN PACHÓN	285.263	12.71	PARTIDO CAMBIO RADICAL
DAVID LUNA	92.922	4.14	PARTIDO LIBERAL
CARLOS EDUARDO GUEVARA	59.099	2.63	MOVIMIENTO MIRA
AURELIO DE LA CRUZ SUÁREZ	31.623	1.40	POLO
GUSTAVO PAEZ	28.589	1.27	PARTIDO DE INTEGRACIÓN NACIONAL
JAIME CASTRO CASTRO	10.066	0.44	MOV. AUTORIDADES INDÍGENAS DE COL.
votos por candidatos	2.167.463		
votos válidos	2.244.025		
votos en blanco	76.562		
votos nulos	47.687		
votos no marcados	33.662		
total votos	2.325.374		

Elaboración propia con datos de la Registraduría

Resultado elecciones Concejo de Bogotá 2000-2011

ELECCIONES 2000			
CANDIDATO	VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO	CURULES
GERMÁN ALONSO OLANO BECERRA	12.892	PARTIDO LIBERAL COLOMBIANO	11
LEÓN CESAR DIAGO CASSASBUENAS	16.977	PARTIDO LIBERAL COLOMBIANO	
FRANCISCO MARTÍNEZ V.	11.148	PARTIDO LIBERAL COLOMBIANO	
ANTONIO GALÁN SARMIENTO	37.980	PARTIDO LIBERAL COLOMBIANO	
JORGE DURÁN SILVA	11.927	PARTIDO LIBERAL COLOMBIANO	
MARÍA VICTORIA VARGAS SILVA	15.697	PARTIDO LIBERAL COLOMBIANO	
WILLIAM DAVID CUBIDES ROJAS	11.713	PARTIDO LIBERAL COLOMBIANO	
GERMÁN GARCÍA Z.	11.398	PARTIDO LIBERAL COLOMBIANO	
DARIO ANGARITA MEDELLÍN	13.220	PARTIDO LIBERAL COLOMBIANO	
CARLOS JULIO BAEZ MORALES	10.882	PARTIDO LIBERAL COLOMBIANO	
JORGE LOZADA VALDERRAMA	11.050	PARTIDO LIBERAL COLOMBIANO	
MARINO BRAVO AGUILERA	12.538	PARTIDO CONSERVADOR COLOMBIANO	5
OMAR MEJÍA BAEZ	12.916	PARTIDO CONSERVADOR COLOMBIANO	
LUIS ARTURO MARTÍNEZ QUIROGA	11.743	PARTIDO CONSERVADOR COLOMBIANO	
LILIA CAMELO CHAVES	12.645	PARTIDO CONSERVADOR COLOMBIANO	
FRANCISCO NIGUERA ROCHA	14.633	PARTIDO CONSERVADOR COLOMBIANO	
SOLEDAD TAMAYO TAMAYO	20.534	MOV. NACIONAL CONSERVADOR	5
JUDY CONSUELO PINZÓN PINZÓN	11.279	MOV. NACIONAL CONSERVADOR	
ALEJANDRO ORTÍZ PARDO	11.677	MOV. NACIONAL CONSERVADOR	
FLAVIO ELIECER MAYA ESCOBAR	11.413	MOV. NACIONAL CONSERVADOR	
JOSÉ ABEL VALOYES CHAVERRA	10.992	MOV. NACIONAL CONSERVADOR	
FABIOLA EMILIA POSADA	19.347	PARTIDO POPULAR COLOMBIANO	3
HIPÓLITO MORENO GUTIÉRREZ	19.397	PARTIDO POPULAR COLOMBIANO	
LUIS EDUARDO DÍAZ CHAPARRO	18.754	PARTIDO POPULAR COLOMBIANO	
CARLOS MORENO DE CARO	60.121	MOV. DEJEN JUGAR AL MORENO	2
VÍCTOR AUGUSTO MAYORCA	60.121	MOV. DEJEN JUGAR AL MORENO	
LUIS FELIPE BARRIOS BARRIOS	31.414	PARTIDO NACIONAL CRISTIANO	1
COLIN CRAWFORD	12.136	MOV. UNIÓN CRISTIANA UC	1
SEVERO CORREA	12.590	MOV. DE SALVACIÓN NACIONAL	1

JUAN CARLOS FLÓREZ ARCILA	24.476	MOV. NUEVA COLOMBIA NC	1
FERNANDO LÓPEZ GUTIÉRREZ	15.099	MOV. CÍVICO INDEPENDIENTE	1
JORGE ERNESTO SALAMANCA	11.725	MOV. CIUDADANO	1
SAMUEL BENJAMÍN ARRIETA	13.378	MCC- PVS	1
EFRAÍN GARCÍA FERNÁNDEZ	21.926	ASI- ANUPAC	1
ÁNGEL CUSTODIO CABRERA	15.277	PLC- PVS	1
ALFONSO PRADA	15.199	PLC. CAMBIO RADICAL	1
DAVID LUNA SÁNCHEZ	11.058	FP- PLC- PCC CAMBIO RADICAL	1
JAIRO ENRIQUE CALDERÓN	13.263	MOV. APERTURA LIBERAL	1
BRUNO DÍAZ	41.070	MOV. VÍA ALTERNA	1
MARIO UPEGUI HURTADO	11.083	UNIÓN PATRIÓTICA - UP	1
CARLOS ALBERTO BAENA LÓPEZ	20.700	MOV. INDEPENDIENTE DE "RENOVACIÓN"	1
MARÍA CLARA RAMÍEZ FERRO	10.759	PARTIDO VIRAJE SOCIAL "PVS"	1
votos por los partidos	1.261.429		

ELECCIONES 2003			
CANDIDATO	VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO	CURULES
ANTONIO GALÁN SARMIENTO	12.353	PARTIDO LIBERAL	8
JORGE ERNESTO SALAMANCA CORTEZ	10.578	PARTIDO LIBERAL	
MARÍA VICTORIA VARGAS SILVA	7.812	PARTIDO LIBERAL	
GERMÁN AUGUSTO GARCÍA ZACIPA	6.579	PARTIDO LIBERAL	
ARMANDO GUTIÉRREZ GONZÁLEZ	6.377	PARTIDO LIBERAL	
MARÍA CLARA RAMÍREZ FERRO	6.374	PARTIDO LIBERAL	
LEO CESAR DIAGO CASASBUENAS	6.109	PARTIDO LIBERAL	
JORGE DURÁN SILVA	6.038	PARTIDO LIBERAL	
BRUNO DÍAZ	17.939	POLO	8
ÁLVARO ARGOTE MUÑOZ	10.692	POLO	
ALEJANDRO MARTÍNEZ CABALLERO	10.250	POLO	
CARLOS VICENTE DE ROUX RENGIFO	8.705	POLO	
CARLOS ROMERO	6.554	POLO	
ORLANDO SANTIESTEBAN	5.709	POLO	
ATI QUIGUA	5.151	POLO	
FERNANDO ROJAS	4.591	POLO	
GUILLERMO CORTÉS CASTRO	10.036	CAMBIO RADICAL	6
MARIO SUAREZ MELO	9.366	CAMBIO RADICAL	
MARÍA ISABEL NIETO JARAMILLO	9.079	CAMBIO RADICAL	
JUAN GILBERTO SÁNCHEZ AVENDAÑO	7.615	CAMBIO RADICAL	
DARÍO FERNANDO CEPEDA	5.945	CAMBIO RADICAL	
SUSANA GONZÁLEZ	4.989	CAMBIO RADICAL	
SIN VOTO PREFERENTE		POR EL BOGOTÁ QUE QUEREMOS	4
		POR EL BOGOTÁ QUE QUEREMOS	
		POR EL BOGOTÁ QUE QUEREMOS	
		POR EL BOGOTÁ QUE QUEREMOS	
SOLEDAD TAMAYO TAMAYO	13.941	MOV. NACIONAL	3
JOSÉ JUAN RODRÍGUEZ R.	11.361	MOV. NACIONAL	
FRANCISCO NOGUERA	8.827	MOV. NACIONAL	
FERNANDO LÓPEZ GUTIÉRREZ	14.453	MOV. EQUIPO COLOMBIA	3
HIPÓLITO MORENO GUTIÉRREZ	9.429	MOV. EQUIPO COLOMBIA	
GUILLERMO VILLATE SUPELANO	4.548	MOV. EQUIPO COLOMBIA	

OMAR MEJÍA BÁEZ	9.039	PARTIDO CONSEVADOR	2
SEVERO CORREA VALENCIA	5.903	PARTIDO CONSEVADOR	
ISAAC MORENO DE CARO	20.859	MOV. DEJEN JUGAR AL MORENO	2
LUIS EDUARDO DÍAZ CHAPARRO	1.371	MOV. DEJEN JUGAR AL MORENO	
YAMILE MEDINA MEDINA	13.799	PARTIDO COLOMBIA DEMOCRÁTICA	2
MARIO FEDERICO PINEDO MÉNDEZ	5.097	PARTIDO COLOMBIA DEMOCRÁTICA	
SIN VOTO PREFERENTE		MOV. MIRA	1
SAMUEL BENJAMÍN ARRIETA BUELVAS	5.087	MOV. CONVERGENCIA CIUDADANA	1
MARÍA ANGÉLICA TOVAR RODRÍGUEZ	10.584	PARTIDO NACIONAL CRISTIANO	1
LUIS FERNANDO OLIVARES RODRÍGUEZ	3.170	MOV. COLOMBIA VIVA	1
ORLANDO PARADA DÍAZ	4.356	VAMOS COLOMBIA	1
SIN VOTO PREFERENTE		UNAMONOS CON FINO	1
GUSTAVO ALONSO PÁEZ MERCHÁN	6.118	MOV. UNIÓN CRISTIANA	1
Votos por partidos	1.200.890		
Votos válidos	1.417.651		
Votos en blanco	216.761		
Votos nulos	41.637		
Votos no marcados	212.284		
Total votos	1.671.572		

ELECCIONES 2007				
CANDIDATO	VOTOS	% VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO	CURULES
SEGUNDO CELIO NIEVES HERRERA	104.004	29.15	POLO DEMOCRÁTICO ALTERNATIVO	11
JAIME CAICEDO TURRIAGO	14.064	3.94	POLO DEMOCRÁTICO ALTERNATIVO	
CARLOS ARTURO ROMERO JIMÉNEZ	13.737	3.85	POLO DEMOCRÁTICO ALTERNATIVO	
ATI QUIGUA	13.501	3.78	POLO DEMOCRÁTICO ALTERNATIVO	
ÁLVARO JOSÉ ARGOTE MUÑOZ	12.892	3.61	POLO DEMOCRÁTICO ALTERNATIVO	
ANTONIO ERESMID SANGUINO PÁEZ	11.229	3.15	POLO DEMOCRÁTICO ALTERNATIVO	
RAFAEL ORLANDO SANTIESTEBAN MILLÁN	10.522	2.95	POLO DEMOCRÁTICO ALTERNATIVO	
CARLOS VICENTE DE ROUX RENGIFO	10.360	2.90	POLO DEMOCRÁTICO ALTERNATIVO	
CARLOS ROBERTO SÁENZ VARGAS	10.269	2.88	POLO DEMOCRÁTICO ALTERNATIVO	
WILSON HERNANDO DUARTE ROBAYO	9.645	2.70	POLO DEMOCRÁTICO ALTERNATIVO	
JOSÉ FERNANDO ROJAS RODRÍGUEZ	8.781	2.46	POLO DEMOCRÁTICO ALTERNATIVO	
CARLOS FERNANDO GALÁN P.	48.162	14.49	PARTIDO CAMBIO RADICAL	11
FELIPE RIOS LONDOÑO	16.793	5.05	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
DARÍO FERNANDO CEPEDA PEÑA	13.617	4.10	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
FERNANDO LÓPEZ G.	12.301	3.70	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
JULIO CESAR ACOSTA ACOSTA	12.057	3.63	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
CLARA LUCÍA SANDOVAL M.	11.325	3.41	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
ORLANDO CASTAÑEDA S.	10.415	3.13	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
NELLY PATRICIA MOSQUERA M	9.638	2.90	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
MARÍA ANGÉLICA TOVAR R.	9.680	2.83	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
HENRY CASTRO	9.276	2.91	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
CARLOS ORLANDO FERREIRA P.	8.870	2.67	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
HIPÓLITO MORENO GUTIÉRREZ	15.726	6.84	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL "U"	7
ORLANDO PARADA	15.055	6.55	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL "U"	
EDGAR ALFONSO TORRADO GARCÍA	13.263	5.77	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL "U"	
MARTHA ESPERANZA ORDÓÑEZ VERA	10.465	4.55	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL "U"	
JAVIER PALACIO MEJÍA	10.268	4.47	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL "U"	
ANDRÉS CAMACHO CASADO	8.903	3.87	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL "U"	
JAVIER ALONSO LASTRA FUSCALDO	6.440	2.80	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL "U"	

GILMA JIMÉNEZ GÓMEZ	15.765	7.76	PATIDO LIBERAL	6
GERMÁN AUGUSTO GARCÍA ZACIPA	12.143	5.98	PATIDO LIBERAL	
JORGE ERNESTO SALAMANCA CORTÉS	12.006	5.91	PATIDO LIBERAL	
ANGELA MARÍA BENEDETTI VILLANEDA	11.738	5.78	PATIDO LIBERAL	
JORGE DURÁN SILVA	11.823	5.82	PATIDO LIBERAL	
LILIANA GRACIELA GUAQUETA DE DIAGO	11.424	5.63	PATIDO LIBERAL	
SOLEDAD TAMAYO TAMAYO	17.988	18.98	PARTIDO CONSEVADOR	3
SEVERO CORREA VALENCIA	12.084	12.75	PARTIDO CONSEVADOR	
OMAR MEJÍA BÁEZ	8.346	8.81	PARTIDO CONSEVADOR	
CARLOS ALBERTO BAENA LÓPEZ	NO PREFERENTE		MOV. MIRA	2
HUMBERTO QUIJANO MARTÍNEZ			MOV. MIRA	
RAFAEL ALBERTO ESCRUCERIA LORZA	8.607	13.02	PARTIDO CONVERGENCIA CIUDADANA	2
ALVARO CAICEDO	4.999	7.56	PARTIDO CONVERGENCIA CIUDADANA	
JOSÉ JUAN RODRÍGUEZ RICO	14.924	27.96	MOV. ALAS. EQUIPO COLOMBIA	1
EDWARD ANÍBAL ARIAS RUBIO	9.507	18.63	PARTIDO VERDE	1
GUSTAVO ALONSO PÁEZ MERCHÁN	15.088	46.11	PACTO	1
Votos por partido	1.579.321			
Votos válidos	1.834.613			
Votos en blanco	255.292			
Votos nulos	149.387			
Votos no marcados	72.175			
Total de votos	2.056.175			

ELECCIONES 2011				
CANDIDATO	VOTOS	% VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO	CURULES
CARLOS VICENTE DE ROUX	38.452	1.91	MOV. PROGRESISTAS	8
BORYS DE JESÚS MONTESDEOCA	11.303	0.56	MOV. PROGRESISTAS	
YEZID RAFAEL GARCÍA	9.602	0.47	MOV. PROGRESISTAS	
DIANA ALEJANDRA RODRÍGUEZ	7.193	0.35	MOV. PROGRESISTAS	
ANGÉLICA LOZANO CORREA	10.620	0.52	MOV. PROGRESISTAS	
DIEGO GARCÍA BEJARANO	8.713	0.43	MOV. PROGRESISTAS	
WILLIAM MORENO ROMERO	8.411	0.41	MOV. PROGRESISTAS	
CARLOS SÁENZ VARGAS	7.273	0.36	MOV. PROGRESISTAS	
MARTHA ORDÓÑEZ VERA	13.622	0.67	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	8
FELIPE MANCERA ESTUPIÑÁN	15.455	0.76	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	
ORLANDO PARADA DÍAZ	13.582	0.67	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	
JAVIER MANUEL PALACIO	13.447	0.66	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	
ANDRÉS CAMACHO CASADO	16.862	0.83	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	
NELLY PATRICIA MOSQUERA	13.795	0.68	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	
CLARA LUCÍA SANDOVAL	12.859	0.63	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	
SEVERO ANTONIO CORREA	16.938	0.84	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	
ROBERTO HINESTROSA REY	11.900	0.59	PARTIDO CAMBIO RADICAL	7
DARÍO FERNANDO CEPEDA PEÑA	19.264	0.95	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
FERNANDO LÓPEZ GUTIÉRREZ	11.559	0.57	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
JULIO CÉSAR ACOSTA	12.437	0.61	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
JOSÉ ARTHUR BERNAL	13.908	0.69	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
CÉSAR GARCÍA VARGAS	17.770	0.88	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
JORGE LOZADA VALDERRAMA	11.475	0.57	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
HORACIO JOSÉ SERPA	27.571	1.37	PARTIDO LIBERAL	
MARÍA VICTORIA VARGAS	18.263	0.90	PARTIDO LIBERAL	6
JORGE ERNESTO SALAMANCA	14.069	0.69	PARTIDO LIBERAL	
GERMÁN GARCÍA ZACIPA	13.811	0.68	PARTIDO LIBERAL	
MIGUEL URIBE TURBAY	16.663	0.82	PARTIDO LIBERAL	
JORGE DURÁN SILVA	17.226	0.85	PARTIDO LIBERAL	

ANTONIO SANGUINO PÁEZ	18.214	0.90	PARTIDO VERDE	5
HOSMAN MARTÍNEZ MORENO	12.189	0.60	PARTIDO VERDE	
EDWARD ARIAS RUBIO	18.739	0.93	PARTIDO VERDE	
MARÍA CLARA NAME	7.752	0.38	PARTIDO VERDE	
JOSÉ JUAN RODRÍGUEZ RICO	9.336	0.46	PARTIDO VERDE	
CELIO NIEVES HERRERA	13.629	0.67	POLO	4
ÁLVARO JOSÉ ARGOTE	11.032	0.54	POLO	
VENUS ALVEIRO SILVA	10.150	0.50	POLO	
ORLANDO SANTIESTEBAN MILLÁN	9.468	0.47	POLO	
SOLEDAD TAMAYO TAMAYO	20.941	1.04	PARTIDO CONSERVADOR	3
OMAR MEJÍA BÁEZ	8.999	0.44	PARTIDO CONSERVADOR	
ROGER CARRILLO CAMPO	7.616	0.37	PARTIDO CONSERVADOR	
OLGA VICTORIA RUBIO	No preferente		MOV. MIRA	2
JAIRO CARDOZO			MOV. MIRA	
JUAN CARLOS FLÓREZ			MOV. ALIANZA SOCIAL INDEPNIENTE	1
MARCO FIDEL RAMÍREZ	7.972	0.39	PARTIDO DE INTEGRACIÓN NACIONAL	1
Votos por los partidos	17.706.164			
Votos válidos	2.012.429			
Votos en blanco	306.265			
Votos nulos	133.929			
Votos no marcados	101.234			
Total votos	2.247.592			

8.2. Anexo 2.

Resultados elecciones Alcaldía de Medellín 2000-2011

ELECCIONES 2000		
CANDIDATO	VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO
LUIS PÉREZ GUTIÉRREZ	128.302	PARTIDO LIBERAL
SERGIO NARANJO PÉREZ	98.037	MOV. RENOVACIÓN DEMOCRÁTICA
SEGIO FAJARDO VALDERRAMA	59.217	MOV. ALIANZA SOCIAL INDÍGENA
JAIME ARRUBLA PAUCAR	49.766	PCC- FP- PROGRESISMO DEMOCRÁTICO
votos por candidatos	335.322	
votos en blanco	19.031	
votos nulos	7.156	
votos no marcados	11.288	
total votación	372.807	

Elaboración propia con datos de la Registraduría

ELECCIONES 2003			
CANDIDATO	VOTOS	% VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO
SERGIO FAJARDO VALDERRAMA	208.541	45.69%	ALIANZA SOCIAL INDÍGENA
SERGIO NARANJO PÉREZ	100.931	22.11%	PARTIDO CONSERVADOR
JORGE IVÁN MEJÍA MARTÍNEZ	67.369	14.76%	PARTIDO LIBERAL
JORGE VÉLEZ	25.671	5.62%	MOV. EQUIPO COLOMBIA
RAFAEL MARIO VILLA MORENO	3.183	0.69%	MOVIMIENTO SI COLOMBIA
MARÍA TERESA MONTOYA	2.756	0.6%	MOVIMIENTO NACIONAL
LUIS GUILLERMO PARDO	2.387	0.52%	MOV. CONVERGENCIA CIUDADANA
JOSÉ HERNÁN GÓMEZ GIRALDO	1.181	0.25	PARTIDO COLOMBIA DEMOCRÁTICA
JORGE HERNÁN BETANCUR	1.021	0.22	MOV. POLÍTICO COMUNAL Y COMUNITARIO DE COLOMBIA
WILSON DE JESÚS CORTÉS	612	0.13	MOV. DE PARTICIPACIÓN COMUNITARIA "MPC"
votos por candidatos	413.652		
votos en blanco	14.094		
votos nulos	8.455		
votos no marcados	20.183		
total votación	456.384		

Elaboración propia con datos de la Registraduría

ELECCIONES 2007			
CANDIDATO	VOTOS	% VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO
ALONSO SALAZAR	275.734	44.47%	MOV. ALIANZA SOCIAL INDÍGENA
LUIS PÉREZ	241.993	39.03%	TODOS CON LUIS PÉREZ
GABRIEL JAIME RICO BETANCUR	15.580	2.51%	PARTIDO CONSERVADOR COLOMBIANO
LUIS GUILLERMO PARDO	14.342	2.31%	POLO
SERGIO GABRIEL NARANJO	7.780	1.25%	PARTIDO VERDE
CARLOS IGNACIO CUERVO	5.261	0.85%	AICO
JOHN BAZURTO GIL	2.683	0.43%	A LO BIEN
votos por candidatos	563.373	90.86%	
votos válidos	589.675	95.10%	
votos en blanco	26.302	4.24%	
votos nulos	10.372	1.67%	
votos no marcados	20.009	3.23%	
total votos	620.056	52.84%	

Elaboración propia con datos de la Registraduría

ELECCIONES 2011			
CANDIDATO	VOTOS	% VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO
ANÍBAL GAVIRIA CORREA	239.259	37.68%	PARTIDO LIBERAL
LUIS PÉREZ	221.874	34.68%	FIERMES POR EL RESCATE DE MED.
FEDERICO ANDRÉS GUTIÉRREZ	120.278	18.94%	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL
JACQUELINE TOLOZA CASTAÑO	12.427	1.95%	MIRA
LUIS FERNANDO MUÑOZ	9.730	1.53%	POLO
votos por candidatos	603.568	89.10%	
votos válidos	634.961	93.73%	
votos en blanco	31.393	4.94%	
votos nulos	21.205	3.13%	
votos no marcados	21.235	3.13%	
total votos	677.401		

Elaboración propia con datos de la Registraduría

Resultados Elecciones Concejo de Medellín 2000-2011

ELECCIONES 2000			
CANDIDATO	VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO	CURULES
GERMÁN DARIO HOYOS GIRALDO	5.957	PARTIDO LIBERAL	8
JORGE MEJÍA MARTÍNEZ	7.446	PARTIDO LIBERAL	
SANTIAGO MANUEL MARTÍNEZ	6.643	PARTIDO LIBERAL	
HERNÁN GÓMEZ	6.845	PARTIDO LIBERAL	
LUIS CARLOS DÍAZ MORA	5.519	PARTIDO LIBERAL	
LIBARDO ÁLVAREZ LOPERA	5.347	PARTIDO LIBERAL	
FABIO ESTRADA CHICA	5.300	PARTIDO LIBERAL	
MÁXIMO PÉREZ SOTO	4.910	PARTIDO LIBERAL	
JHON JAIME DE JESÚS MONCADA O.	4.408	PARTIDO CONSERVADOR	5
JOSÉ LEANDRO DÍAZ SERNA	5.371	PARTIDO CONSERVADOR	
JAIME HERNANDO JARAMILLO R.	4.401	PARTIDO CONSERVADOR	
JENARO PÉREZ GUTIÉRREZ	11.432	PARTIDO CONSERVADOR	
LILIANA RENDÓN ROLDÁN	4.871	PARTIDO CONSERVADOR	
MARTHA CECILIA CASTRILLÓN SOTO	5.434	MOV. FUERZA PROGRESISTA FP	4
MARCO ANTONIO CAICEDO A.	6.341	MOV. FUERZA PROGRESISTA FP	
DARIO ALBERTO BONILLA GIRALDO	5.265	MOV. FUERZA PROGRESISTA FP	
EDGAR ALBERTO DUQUE GUTIÉRREZ	4.472	MOV. FUERZA PROGRESISTA FP	
ÁLVARO MÚNERA BUILES	5.015	MOV. DISCAPACITADOS DE ANTIOQUIA	1
GABRIEL JAIME RICO BETANCUR	4.510	MOV. PROGRESISMO DEMOCRÁTICO	1
JORGE MORALES GIL	5.258	MOV. RENOVACIÓN DEMOCRÁTICA	2
MARÍA MERCEDES MATEOS L.	4.497	MOV. RENOVACIÓN DEMOCRÁTICA	
votos por candidatos	333.195		

Elaboración propia con datos de la Registraduría

ELECCIONES 2003			
CANDIDATO	VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO	CURULES
FABIO HUMBERTO RIVERA RIVERA	7.878	PARTIDO LIBERAL	7
GERMÁN DARÍO HOYOS GIRALDO	6.380	PARTIDO LIBERAL	
AURA MARLENY ARCILA G.	6.231	PARTIDO LIBERAL	
SANTIAGO MANUEL MARTÍNEZ M.	5.707	PARTIDO LIBERAL	
FABIO ESTRADA CHICA	5.629	PARTIDO LIBERAL	
JOHN FREDY TORO GONZÁLEZ	4.063	PARTIDO LIBERAL	
MÁXIMO PÉREZ SOTO	3.553	PARTIDO LIBERAL	
JENARO PÉREZ G.	8.757	EQUIPO COLOMBIA	5
LILIANA RENDÓN ROLDÁN	6.008	EQUIPO COLOMBIA	
JOHN JAIME MONCADA	4.520	EQUIPO COLOMBIA	
MARTÍN EMILIO RODRÍGUEZ	4.411	EQUIPO COLOMBIA	
GABRIEL JAIME URREGO	4.077	EQUIPO COLOMBIA	
LUIS FERNANDO PINO SERNA	3.057	PARTIDO CONSERVADOR	2
MARÍA MERCEDES MATEOS LARRAONA	2.962	PARTIDO CONSERVADOR	
LUIS BERNARDO VÉLEZ MONTOYA	5.517	ALIANZA SOCIAL INDÍGENA	2
MAURICIO TOBÓN FRANCO	3.936	ALIANZA SOCIAL INDÍGENA	
DIEGO HUMBERTO ARANGO VERGARA	3.258	COLOMBIA VIVA	1
GABRIEL JAIME RICO BETANCUR	5.366	MOV. PROGRESISMO DEMOCRÁTICO	1
FEDERICO ANDRES GUTIÉRREZ Z.	3.151	NUEVO PARTIDO	1
JUAN DAVID ARTEAGA FLÓREZ	3.498	CAMBIO RADICAL	1
JESÚS ANÍBAL ECHEVERRY JIMÉNEZ	1.923	COLOMBIA DEMOCRÁTICA	1
votos por candidatos	344.484		
votos válidos	388.167		
votos en blanco	42.683		
votos nulos	15.064		
votos no marcados	52.822		
total votos	456.053		

Elaboración propia con datos de la Registraduría

ELECCIONES 2007				
CANDIDATO	VOTOS	% VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO	CURULES
AURA MARLENY ARCILA GIRALDO	9.588	12.00%	PARTIDO LIBERAL	4
BERNARDO ALEJANDRO GUERRA	7.025	8.80%	PARTIDO LIBERAL	
FABIO HUMBERTO RIVERA RIVERA	6.685	83.75%	PARTIDO LIBERAL	
SANTIAGO MANUEL MARTÍNEZ	6.212	7.78%	PARTIDO LIBERAL	
FEDERICO ANDRÉS GUTIÉRREZ	13.932	20.66%	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	4
OSCAR GUILLERMO HOYOS	5.659	8.39%	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	
RAMÓN EMILIO ACEVEDO CARDONA	3.703	5.49%	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	
JOSÉ NICOLÁS DUQUE OSSA	3.268	4.85%	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	3
CARLOS ANDRÉS ROLDÁN CORRALES	6.100	9.41%	ALAS- EQUIPO COLOMBIA	
MARÍA REGINA ZULUAGA HENAO	5.485	8.46%	ALAS- EQUIPO COLOMBIA	
JOHN JAIME MONCADA OSPINA	5.382	8.30%	ALAS- EQUIPO COLOMBIA	3
ÁLVARO MÚNERA BUILES	4.965	9.72%	PARTIDO CONSERVADOR	
NICOLÁS ALBEIRO ECHEVERRY	4.462	8.73%	PARTIDO CONSERVADOR	
MARÍA MERCEDES MATEOS	4.336	8.49%	PARTIDO CONSERVADOR	2
RUBÉN DARIÓ CALLEJAS GÓMEZ	5.394	11.59%	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
JUAN DAVID ARTEAGA FLÓREZ	4.678	10.05%	PARTIDO CAMBIO RADICAL	2
LUIS BERNARDO VÉLEZ MONTOYA	5.514	16.30%	ALIANZA SOCIAL INDÍGENA	
SANTIAGO LONDOÑO URIBE	3.996	11.73%	ALIANZA SOCIAL INDÍGENA	1
JESÚS ANÍBAL ECHEVERRY JIMÉNEZ	7.923	26.05%	COLOMBIA DEMOCRÁTICA	
CARLOS ALBERTO BALLESTEROS	3.043	10.45%	POLO	1
ESTEBAN ESCOBAR VÉLEZ	2.569	15.77%	JÓVENES FAJARDISTAS	1
votos por partido	454.827			
votos válidos	522.036			
votos en blanco	67.209			
votos nulos	50.870			
votos no marcados	32.874			
total de votos	605.780			

Elaboración propia con datos de la Registraduría

ELECCIONES 2011				
CANDIDATO	VOTOS	% VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO	CURULES
JESÚS ANIBAL ECHEVERRY	14.335	2.47%	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	6
ÓSCAR GUILLERMO HOYOS	10.402	1.79%	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	
SANTIAGO MANUEL MARTÍNEZ	8.058	1.39%	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	
JOSÉ NICOLÁS ALFONSO DUQUE	7.749	1.33%	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	
JUAN FELIPE CAMPUZANO	7.565	1.30%	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	
RAMÓN EMILIO ACEVEDO	7.248	1.25%	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	
JOHN JAIME DE JESÚS MONCADA	8.969	1.54%	PARTIDO CONSERVADOR	4
ÁLVARO MÚNERA BUILES	8.837	1.52%	PARTIDO CONSERVADOR	
NICOLÁS ALBEIRO ECHEVERRY	7.249	1.25%	PARTIDO CONSERVADOR	
CARLOS ALBERTO BAYER CANO	6.337	1.09%	PARTIDO CONSERVADOR	
BERNARDO ALEJANDRO GUERRA	13.042	2.25%	PARTIDO LIBERAL	4
AURA MARLENY ARCILA GIRALDO	12.126	2.09%	PARTIDO LIBERAL	
FABIO HUMBERTO RIVERA	9.419	1.62%	PARTIDO LIBERAL	
CARLOS MARIO MEJÍA MÚNERA	6.912	1.19%	PARTIDO LIBERAL	
YEFFERSON MIRANDA BUSTAMANTE	6.621	1.14%	PARTIDO VERDE	3
MIGUEL ANDRÉS QUINTERO CALLE	5.777	0.99%	PARTIDO VERDE	
JAIME ROBERTO CUARTAS OCHOA	4.858	0.83%	PARTIDO VERDE	
ROBER BOHORQUEZ ÁLVAREZ	6.338	1.09%	CAMBIO RADICAL	2
CARLOS MARIO URIBE ZAPATA	6.028	1.04%	CAMBIO RADICAL	
ROBERTO DE JESÚS CARDONA	4.364	0.75%	FIRMES POR MEDELLÍN	1
LUIS BERNARDO VÉLEZ MONTOYA	6.414	1.10%	ALIANZA SOCIAL INDÍGENA	1
votos por los partidos				501.349
votos válidos				578.809
votos en blanco				77.460
votos nulos				31.932
votos no marcados				44.521
total votos				655.262

Elaboración propia con datos de la Registraduría

8.3. Anexo 3.

Resultados electorales Alcaldía de Cali 2000-2011

ELECCIONES 2000		
CANDIDATO	VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO
JUAN ALBERTO PÉREZ	1.491	MOV. AUTORIDADES INDÍGENAS DE COLOMBIA
JUAN MANUEL PULIDO	2.787	PARTIDO LIBERAL
JHON MARIO RODRÍGUEZ	181.019	AUTONOMÍA CIUDADANA
ALEJANDRO BAENA GIRALDO	4.531	PARTIDO LIBERAL
ANGELA CUEVAS DE DOLMETCH	6.382	MOV. ALTERNATIVA DEMOCRÁTICA
HERNÁN DARÍO ESCOBAR	8.472	PARTIDO LIBERAL
ROSEMBERG PABÓN	16.714	PARTIDO VÍA ALTERNATIVA
CLAUDIO BORRERO QUIJANO	2.747	PARTIDO LIBERAL
GUSTAVO IGNICIO DE ROUX	58.530	CONVERGENCIA PO CALI
JOSÉ LUIS ARCILA CÓRDOBA	30.332	PCC-MCI- UNIONISTAS
MARÍA MARGARITA LONDOÑO	73.759	PLC- HUELLA CIUDADANA
votos por candidatos		
votos en blanco		21.160
votos nulos		9.491
votos no marcados		15.799
total votación		433.214

ELECCIONES 2003			
CANDIDATO	VOTOS	% VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO
APOLINAR SALCEDO CAICEDO	180.736	39.63	MOV. SI COLOMBIA
FRANCISCO JOSÉ LLOREDA MERA	151.870	33.3	MOV. CÍVICO INDEPENDIENTE
GUSTAVO IGNACIO DE ROUX	45.370	9.94	MOV. ALIANZA SOCIAL INDÍGENA
JUAN MANUEL PULIDO MOSQUERA	12.294	2.69	MOV. FRENTE SOCIAL Y POLÍTICO
ALEJANDRO BAENA GIRALDO	7.294	1.56	PARTIDO LIBERAL COLOMBIANO
MIGUEL ANTONIO YUSTY MÁRQUEZ	2.541	0.55	MOV. COLOMBIA VIVA
HAUMER VARGAS LÓPEZ	857	0.18	MOV. POLÍTICO VOLUNTAD POPULAR
FRANCISCO JAVIER HERNÁNDEZ	841	0.18	MOV. POLÍTICO "POR LA SEGURIDAD SOCIAL"
votos por candidatos	401.659		
votos en blanco	22.475		
votos nulos	7.666		
votos no marcados	24.257		
total votación	456.057		

ELECCIONES 2007			
CANDIDATO	VOTOS	% VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO
JORGE IVÁN OSPINA GÓMEZ	268.950	44.91	PODEMOS CALI
FRANCISCO JOSÉ LLOREDA MERA	222.198	37.10	CALI UNA NUEVA CIUDAD
BRUNO DÍAZ	12.396	2.07	POLO
DIEGO LUIS HURTADO ANIZARES	8.113	1.35	MOV. NACIONAL AFROCOLOMBIANO
JORGE PORTOCARRERO BANGUERA	7.426	1.24	MOV. AUTORIDADES INDÍGENAS DE COLOMBIA
LUIS FERNANDO CRUZ GÓMEZ	4.727	0.79	CALI NO SE RINDE
JOHN MARO RODRÍGUEZ FLOREZ	3.297	0.55	PARTIDO COLOMBIA DEMOCRÁTICA
CARLOS URRESTY	1.790	0.30	MOV. ALAS-EQUIPO COLOMBIA
JORGE ISAAC TOBÓN ESPINAL	1.756	0.29	MOV. APERTURA LIBERAL
votos por candidatos	530.653		
votos válidos	564.898		
votos en blanco	34.245		
votos nulos	9.227		
votos no marcados	24.761		
total votos	598.886		

ELECCIONES 2011			
CANDIDATO	VOTOS	% VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO
RODRIGO GUERRERO VELASCO	245.016	42.016	ALCALDE GUERRERO
MILTON FABIAN CASTRILLÓN	114.186	19.70	PARTIDO CONSEVADOR
MARÍA ISABEL URRUTIA	88.134	15.20	POLO
HEYDER ORLANDO GÓMEZ	23.076	3.98	MOVIMIENYO MIRA
CLARA LUZ ROLDÁN	14.664	2.53	PARTIDO SOCIAL DE UNIDAD NACIONAL
SIGIFREDO LÓPEZ TOBÓN	13.068	2.25	PARTIDO LIBERAL
CARLOS ANDRÉS CLAVIJO	13.031	2.24	CAMBIO RADICAL
RAMIRO JURADO	10.572	1.82	JURADO POR CALI
FABIO ARIEL CARDOZO	5.744	0.99	PA LANTE CALI
votos por candidatos			527.491
votos válidos			579.600
votos en blanco			52.109
votos nulos			21.249
votos no marcados			30.911
total votos			631.760

Elaboración propia con datos de la Registraduría

Resultados electorales Concejo de Cali 2000-2011

ELECCIONES 2000			
CANDIDATO	VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO	CURULES
CÉSAR TULIO DELGADO BLANDÓN	8.326	PARTIDO CONSERVADOR	8
NELSY PIEDAD VARELA MARMOLEJO	6.891	PARTIDO CONSERVADOR	
CARLOS ARTURO URRETTY	10.601	PARTIDO CONSERVADOR	
GUSTAVO RIVERA MARMOLEJO	7.969	PARTIDO CONSERVADOR	
ALBEIRO ECHEVERRY BUSTAMANTE	7.669	PARTIDO CONSERVADOR	
MARCO LEÓN VILLEGAS VELÁSQUEZ	9.744	PARTIDO CONSERVADOR	
DIEGO ALBERTO RAMOS MONCAYO	10.989	PARTIDO CONSERVADOR	
NESTOR RAUL SOTO TORRES	7.616	PARTIDO CONSERVADOR	
JOSÉ RÓMULO SALAZAR HURTADO	8.601	PARTIDO LIBERAL	8
ORLANDO CHICANGO ANGULO	7.963	PARTIDO LIBERAL	
MARÍA DEL PILAR CARVAJAL	6.820	PARTIDO LIBERAL	
JOSÉ DIDIER OSPINA ARANGO	7.164	PARTIDO LIBERAL	
JOSÉ TRYONE WILSON CARVAJAL	7.466	PARTIDO LIBERAL	
ROOSVELT RODRÍGUEZ RENGIFO	7.850	PARTIDO LIBERAL	
MARINO DEL RÍO URIBE	7.958	PARTIDO LIBERAL	
ARCANGEL CLAVIJO VALENCIA	11.061	PARTIDO LIBERAL	
APOLINAR SALCEDO CAICEDO	16.315	MOV. CÍVICO INDEPENDIENTE	2
LUIS MARIO CUERVO VILLAFañE	6.566	MOV. CÍVICO INDEPENDIENTE	
MAURICIO MEJÍA LÓPEZ	9.724	MOV. NACIONAL CONSERVADOR	1
JUAN MANUEL RODRÍGUEZ JARAMILLO	7.984	MOV. POPULAR UNIDO	1
AMANDA RAMÍREZ GIRALDO	9.242	MOV. UNIONISTAS	1
votos por candidatos	345.202		

ELECCIONES 2003			
CANDIDATO	VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO	CURULES
MILTON CASTRILLÓN	10.675	PARTIDO CONSERVADOR	8
CRISTIAN MUNIR GARCÉS	7.859	PARTIDO CONSERVADOR	
CARLOS URRESTY	6.927	PARTIDO CONSERVADOR	
ALBEIRO ECHEVERRI	6.754	PARTIDO CONSERVADOR	
NÉSTOR RAUL SOTO	6.510	PARTIDO CONSERVADOR	
CESAR TULIO DELGADO	6.272	PARTIDO CONSERVADOR	
FERNANDO ALBERTO TAMAYO OVALLE	5.173	PARTIDO CONSERVADOR	
NELSY PIEDAD VARELA	5.167	PARTIDO CONSERVADOR	
JORGE ELIÉCER TAMAYO MARULANDA	7.274	PARTIDO LIBERAL	6
CLEMENTINA VÉLEZ GÁLVEZ	7.092	PARTIDO LIBERAL	
CARLOS PINILLA MALO	5.533	PARTIDO LIBERAL	
CARLOS ANDRÉS CLAVIJO GONZÁLEZ	5.506	PARTIDO LIBERAL	
JOSÉ TYRONE CARVAJAL CEBALLOS	5.454	PARTIDO LIBERAL	
ORLANDO CHICANGO ANGULO	5.445	PARTIDO LIBERAL	
MAURICIO MEJÍA LÓPEZ	6.171	MOVIMIENTO NACIONAL	2
FABIOLA PERDOMO	4.992	MOVIMIENTO NACIONAL	
JUAN CARLOS ABADÍA CAMPO	8.585	MOV. POPULAR UNIDO	2
JOSÉ IGNACIO MUÑOZ FERNÁNDEZ	3.927	MOV. POPULAR UNIDO	
JOSÉ LUIS PÉREZ OYUELA	3.353	MOV. ALIANZA SOCIAL INDÍGENA	1
JOSÉ FERNANDO GIL MOSCOSO	3.854	PARTIDO NACIONAL CRISTIANO	1
LUIS MARIO CUERVO VILLAFañE	4.235	MOV. EQUIPO COLOMBIA	1
votos por candidatos	346.633		
votos válidos	398.867		
votos en blanco	52.234		
votos nulos	19.418		
votos no marcados	51.564		
total votos	469.849		

ELECCIONES 2007				
CANDIDATO	VOTOS	% VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO	CURULES
RODRIGO GUERRERO VELASCO	12.833	12.58	PARTIDO CONSERVADOR	6
MILTON FABIÁN CASTRILLÓN	10.399	10.19	PARTIDO CONSERVADOR	
JAVIER MAURICIO DELGADO	8.122	7.96	PARTIDO CONSERVADOR	
NELSON GARCES	7.184	7.04	PARTIDO CONSERVADOR	
ALBEIRO ECHEVERRY	6.620	6.49	PARTIDO CONSERVADOR	
FERNANDO ALBERTO TAMAYO	4.467	6.34	PARTIDO CONSERVADOR	
CARLOS HERNANDO PINILLA MALO	8.079	13.10	PARTIDO LIBERAL	3
ORLANDO CHICANGO ANGULO	6.508	10.56	PARTIDO LIBERAL	
CLEMENTINA VÉLEZ G.	6.341	10.28	PARTIDO LIBERAL	
ÁLVARO HENRY MONEDERO RIVERA	5.809	10.90	PARTIDO CONVERGENCIA CIUDADANA	3
JAIME ADOLFO GASCA CUELLAR	4.211	7.90	PARTIDO CONVERGENCIA CIUDADANA	
EDISON BIOSCAR RÚIZ VALENCIA	4.136	7.76	PARTIDO CONVERGENCIA CIUDADANA	
JORGE ELIÉCER TAMAYO	8.880	15.42	PARTIDO DE LA U"	3
CLARA LUZ ROLDÁN GONZÁLEZ	8.317	14.44	PARTIDO DE LA U"	
JULIE DEL PILAR REINA DÍAZ	5.324	9.25	PARTIDO DE LA U"	
JOSÉ FERNANDO GIL MOSCOSO	9.100	18.31	CAMBIO RADICAL	3
CARLOS ANDRÉS CLAVIJO	5.144	10.35	CAMBIO RADICAL	
NORALBA GARCÍA MORENO	4.835	9.73	CAMBIO RADICAL	
WILSON NEBER ARIAS CASTILLO	7.139	15.62	POLO	2
FABIO ALONSO ARROYAVE BOTERO	4.881	10.68	POLO	
JOSÉ LUIS PÉREZ OYUELA	10.527	36.93	MOV. ALIANZA SOCIAL INDÍGENA	1
votos por partido				450.219
votos válidos				513.479
votos en blanco				63.260
votos nulos				53.637
votos no marcados				24.310
total de votos				591.426

ELECCIONES 2011				
CANDIDATO	VOTOS	% VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO	CURULES
FERNANDO ALBERTO TAMAYO	15.472	2.73	PARTIDO CONSERVADOR	5
JOHN JAIRO HOYOS	11.480	2.03	PARTIDO CONSERVADOR	
AMPARO GUTIÉRREZ VARGAS	9.077	1.60	PARTIDO CONSERVADOR	
ALBEIRO ECHEVERRY BUSTAMANTE	7.490	1.28	PARTIDO CONSERVADOR	
HARVY MOSQUERA	7.286	1.28	PARTIDO CONSERVADOR	
ROY ALEJANDRO BARRERAS	14.595	2.58	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	4
NORMA HURTADO SÁNCHEZ	11.095	1.96	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	
AUDRY MARÍA TORO	8.781	1.55	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	
JOSÉ FERNANDO GIL	8.492	1.50	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	
FABIO FERNANDO ARROYAVE	9.217	1.63	CAMBIO RADICAL	3
NORALBA GARCÍA MORENO	7.904	1.39	CAMBIO RADICAL	
LUIS ENRIQUE GÓMEZ	7.063	1.25	CAMBIO RADICAL	
MARÍA CLEMENTINA VÉLEZ	8.680	1.53	PARTIDO LIBERAL	2
CARLOS HERNANDO PINILLA	8.173	1.44	PARTIDO LIBERAL	
CARLOS HERNÁN RODRÍGUEZ	5.888	1.04	MOV. DE INCLUSIÓN Y OPORTUNIDADES	2
DANIS ANTONIO RENTERÍA	4.777	0.84	MOV. DE INCLUSIÓN Y OPORTUNIDADES	
JOHN MICHEL MAYA	8.276	1.46	PARTIDO VERDE	1
OSWALDO ARCOS BENAVIDES	10.640	1.88	PARTIDO ASI	1
PATRICIA MOLINA BELTRÁN	6.780	1.19	POLO	1
JOSÉ URIEL ROJAS	5.702	1.00	PARTIDO PIN	1
JUAN CARLOS OLAYA	5.853	1.03	MOV. MIRA	1
votos por los partidos			489.588	
votos válidos			565.002	
votos en blanco			75.414	
votos nulos			31.251	
votos no marcados			28.930	
total votos			625.183	

Elaboración propia con datos de la Registraduría

8.4. Anexo 4.

Resultados electorales Alcaldía de Barranquilla 2000-2011

ELECCIONES 2000		
CANDIDATO	VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO
HUMBERTO DE JESÚS CAIAFA RIVAS	173.869	PLC- PCC- MNC- PVS- ADM 19
GUILLERMO ENRIQUE HOENIGSBERG	149.014	MOV. CIUDADANO
RODOLFO VEGA LLAMAS	6.586	MOV. RECONSTRUCCIÓN DEMOCRÁTICA
ALBERTO ORTIZ SALDARRIAGA	1.608	MOV. CONVERGENCIA CIUDADANA
EUGENIO ANTONIO BEGAMBRE	1.111	MOV. POLÍTICO COMUNAL
ROBERTO ELIAS SALCEDO MARTÍNEZ	843	MOV. 19 DE ABRIL
votos por candidatos		333.031
votos en blanco		10.706
votos nulos		5.174
votos no marcados		15.179
TOTAL		364.090

ELECCIONES 2003			
CANDIDATO	VOTOS	% VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO
GUILLERMO ENRIQUE HOENIGSBERG	97.402	31.29	MOV. CIUDADANO
EDGAR JOSÉ PEREA ARIAS	69.203	22.23	MOV. CÍVICO SERIEDAD POR COL.
GUIDO ALBERTO NULE AMÍN	66.510	21.36	PARTIDO LIERAL COLOBIANO
LAO HERRERA IRAZO	10.316	3.31	VAMOS COLOMBIA
CIRO ANTONIO ÁVILA VELANDIA	9.973	3.20	MOV. NACIONAL PROGRESISTA
RAMÓN IGNACIO CARBO LACOUTURE	3.474	1.11	PARTIDO VERDE OXÍGENO
RODOLFO VEGA LLAMAS	3.444	1.10	MOV. RECONSTRUCCIÓN DEMO.
FLOR PAULINA DONADO GARIZAO	2.250	0.72	MOV. POPULAR UNIDO
JORGE AUGUSTO SAMUDIO FERRER	1.397	0.44	MIBAC
CARLOS MARIO ARIZA GONZÁLEZ	1.278	0.41	PARTIDO DEL TRABAJO
SEBASTIÁN LLANOS LARA	728	0.23	PARTIDO UNIDAD DEMOCRÁTICA
AUGUSTO NOEL GARCÍA RODRÍGUEZ	532	0.17	NUEVOPARTIDO
ROBERTO ELIAS SALCEDO	462	0.14	MOV. FORMAMOS CIUDADANOS
ALONSO JAVIER CAMERANO	457	0.14	POLO
CARMELO ANTONIO VALLE MORA	358	0.11	MOV. SOMOS COLOMBIA
votos por candidatos			267.784
votos en blanco			10.260
votos nulos			5.748
votos no marcados			27.459
total votación			311.251

ELECCIONES 2007			
CANDIDATO	VOTOS	% VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO
ALEJANDRO CHAR CHALIUB	223.580	59.07	PARTIDO CAMBIO RADICAL
MÁXIMO JOSÉ NORIEGA	43.628	11.53	POLO
EDGAR JOSÉ PEREA ARIAS	39.618	10.47	PARTIDO COLOMBIA DEMOCRÁTICA
BILLY JOSÉ HERNÁNDEZ LAZCANO	6.792	1.79	MOV. ALIANZA SOCIAL INDÍGENA
ZOILA MARÍA ÁLVAREZ RANGEL	3.585	0.95	MOV. ALIANZA SOCIAL AFROCOLOMBIANA
votos por candidatos			317.203
votos válidos			341.430
votos en blanco			24.227
votos nulos			6.513
votos no marcados			30.539
total votos			378.482

ELECCIONES 2011			
CANDIDATO	VOTOS	% VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO
ELSA MARGARITA NOGUERA	227.349	58.12	CAMBIO RADICAL
JUAN ALBERTO GARCÍA ESTRADA	113.263	28.95	FIRME CON BARRANQUILLA
ANTONIO EDUARDO BOHÓRQUEZ	6.993	1.78	POLO
JOSÉ MOISÉS PINEDA SALAZAR	6.627	1.69	MOV. DE INCLUSIÓN Y OPORTUNIDADES
IRENE BETTY ARZUZA VERGARA	5.510	1.40	MOV. MIRA
HAROLDO RAMIT NOGUERA	3.114	0.79	PARTIDO DE INTEGRACIÓN NACIONAL
votos por candidatos			362.856
votos válidos			391.137
votos en blanco			28.281
votos nulos			8.345
votos no marcados			34.584
total votos			434.066

Elaboración propia con datos de la Registraduría

Resultados electorales Concejo de Barranquilla 2000-2011

ELECCIONES 2000			
CANDIDATO	VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO	CURULES
MIGUEL AMÍN ESCAF	7.062	PARTIDO LIBERAL COLOMBIANO	5
ERNESTO GÓMEZ GUARÍN	5.683	PARTIDO LIBERAL COLOMBIANO	
MILLER DE JESÚS SOTO SOLANO	5.743	PARTIDO LIBERAL COLOMBIANO	
LUIS ALBERTO ZAPATA DONADO	5.868	PARTIDO LIBERAL COLOMBIANO	
OSVALDO ANTONIO DÍAZ	5.813	PARTIDO LIBERAL COLOMBIANO	
JOSÉ RAFAEL LAPEIRA	6.469	PARTIDO CONSERVADOR COLOMBIANO	4
LAUREANO AUGUSTO ACUÑA DÍAZ	7.651	PARTIDO CONSERVADOR COLOMBIANO	
RUBÉN MARINO BORIE	7.888	PARTIDO CONSERVADOR COLOMBIANO	
DAVID JULIANO RAMOS	6.227	PARTIDO CONSERVADOR COLOMBIANO	
ALEJANDRO MUNARRIZ SALCEDO	8.133	MOV. VOLUNTAD POPULAR	4
LUIS EDUARDO DÍAZ GRANADOS	6.407	MOV. VOLUNTAD POPULAR	
CARLOS ARTURO HERNÁNDEZ CARRILLO	6.888	MOV. VOLUNTAD POPULAR	
REYNALDO BENITO PÉREZ SÁNCHEZ	12.654	MOV. VOLUNTAD POPULAR	
JUAN ALBERTO GARCÍA ESTRADA	6.294	MOV. CIUDADANO	2
RAFAEL SEGUNDO SÁNCHEZ ANILLO	17.175	MOV. CIUDADANO	
FRANKLIN ENRIQUE GUTIÉRREZ BARÓN	8.261	MOV. NACIONAL CONSERVADOR	3
GUILLERMO ALBERTO POLO CARBONEL	6.460	MOV. NACIONAL CONSERVADOR	
OSVALDO CUBIDES RODRÍGUEZ	5.653	MOV. NACIONAL CONSERVADOR	
ANTONIO JOSÉ BALLESTAS MORALES	8.323	MOV. NUEVA FUERZA DEMOCRÁTICA	1
EDUARDO PULGAR DAZA	8.441	MOV. NACIONAL PROGRESISTA	1
RAMÓN IGNACIO CARBO LACAUTRE	7.709	MOV. VERDE OXÍGENO	1
votos por candidatos	314.733		

ELECCIONES 2003			
CANDIDATO	VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO	CURULES
MAURICIO JAVIER RODRÍGUEZ AVENDAÑO	5.761	PARTIDO LIBERAL COLOMBIA	6
JORGE LUIS RESTREPO NAME	4.683	PARTIDO LIBERAL COLOMBIA	
LUIS ALBERTO ZAPATA DONADO	4.361	PARTIDO LIBERAL COLOMBIA	
OSWALDO ANTONIO DÍAZ INSIGNARES	4.145	PARTIDO LIBERAL COLOMBIA	
ERNESTO GÓMEZ GUARÍN	4.008	PARTIDO LIBERAL COLOMBIA	
HUMBERTO JOSÉ ROJAS BULA	3.395	PARTIDO LIBERAL COLOMBIA	
EDUARDO ENRIQUE PULGAR DAZA	7.027	MOV. NACIONAL PROGRESISTA	7
YOMAIRA JUDITH SARMIENTO DE REALES	6.150	MOV. NACIONAL PROGRESISTA	
ALEJANDRO MUNARRIZ SALCEDO	5.189	MOV. NACIONAL PROGRESISTA	
CARLOS ARTURO HERNÁNDEZ CARRILLO	5.060	MOV. NACIONAL PROGRESISTA	
LAUREANO AUGUSTO ACUÑA DÍAZ	4.932	MOV. NACIONAL PROGRESISTA	
REYNALDO BENITO PÉREZ SÁNCHEZ	4.409	MOV. NACIONAL PROGRESISTA	
ANTONIO JOSÉ BALLESTAS MORALES	4.322	MOV. NACIONAL PROGRESISTA	
MÁXIMO JOSÉ NORIEGA RODRÍGUEZ	4.482	MOV. CIUDADANO	2
RAFAEL SEGUNDO SÁNCHEZ ANILLO	3.123	MOV. CIUDADANO	
EUGENIO JOSÉ DÍAZ PERIS	2.873	MOV. POLÍTICO VOLUNTAD POPULAR	1
LISTA SIN VOTO PREFERENTE		MOV. CONSERVATISMO INDEPENDIENTE	1
IVÁN OSORIO VARGAS	2.976	MOV. APERTURA LIBERAL	1
FRANKLIN ENRIQUE GUTIÉRREZ VARÓN	3.763	MOV. NACIONAL	1
ARMANDO ANTONIO ZABARAIN D'ARCE	3.771	MOV. NUEVA FUERZA DEMOCRÁTICA	1
GUSTAVO ADOLFO DE LA OSSA VÉLEZ	1.500	PARTIDO VERDE OXÍGENO	1
votos por candidatos	246.250		
votos en blanco	17.759		
votos nulos	14.189		
votos no marcados	32.366		
total votos	310.564		

ELECCIONES 2007				
CANDIDATO	VOTOS	% VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO	CURULES
JUAN OSPINO ACUÑA	12.913	13.39	PARTIDO CAMBIO RADICAL	8
JUAN JOSÉ JARAMILLO BUITRAGO	8.054	8.35	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
ALFREDO ESTEBAN VARELA	7.921	8.22	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
OSWALDO ANTONIO DÍAZ	6.573	6.82	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
CARLOS ARTURO HERNÁNDEZ	6.227	6.46	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
ROBERTO RAFAEL ROSANÍA SANTIAGO	5.759	5.97	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
HARRY ALBERTO SILVA	5.446	5.65	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
JUAN JOSÉ VERGARA DÍAZ	5.314	5.51	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
ELVIS JOSÉ BELEÑO OSPINO	6.533	10.66	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	5
HUMBERTO JOSÉ ROJAS BULA	5.825	9.51	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	
LUIS ALBERTO ZAPATA DONADO	5.350	8.73	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	
REYNALDO BENITO PÉREZ SÁNCHEZ	4.918	8.03	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	
ESTER PATRICIA MOLINARES DELGADO	4.772	7.79	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	4
ARMANDO ANTONIO ZABARAÍN	7.121	14.54	PARTIDO CONSERVADOR COLOMBIANO	
EDWARD CHAHÍN SERRATO	5.725	11.69	PARTIDO CONSERVADOR COLOMBIANO	
JORGE LUIS RANGEL BELLO	5.479	11.19	PARTIDO CONSERVADOR COLOMBIANO	
CARLOS ALBERTO ROJANO	5.276	10.77	PARTIDO CONSERVADOR COLOMBIANO	2
RAFAEL SEGUNDO SÁNCHEZ ANILLO	4.794	18.79	POLO	
KARIM HAMIT DONADO SAAYED	2.655	10.41	POLO	2
MAURICIO GÓMEZ AMÍN	4.435	18.87	PARTIDO LIBERAL COLOMBIANO	
SERGIO GUILLERMO CADENA OSORIO	2.800	11.92	PARTIDO LIBERAL COLOMBIANO	
votos por partido	286.186			
votos válidos	313.197			
votos en blanco	27.011			
votos nulos	43.891			
votos no marcados	16.537			
total de votos	373.625			

ELECCIONES 2011				
CANDIDATO	VOTOS	% VOTOS	PARTIDO O MOVIMIENTO	CURULES
CARLOS ALBERTO ROJANO	15.064	3.96	PARTIDO CONSERVADOR	6
RUBÉN MARINO BORJE	9.998	2.63	PARTIDO CONSERVADOR	
JUAN JOSÉ VERGARA DÍAZ	9.603	2.52	PARTIDO CONSERVADOR	
JULIO CÉSAR SIERRA AGUAS	8.654	2.27	PARTIDO CONSERVADOR	
EDWARD CHAHÍN SERRATO	7.615	2.00	PARTIDO CONSERVADOR	
JORGE LUIS RANGEL BELLO	7.199	1.89	PARTIDO CONSERVADOR	
ALFREDO ESTEBAN VARELA	9.236	2.43	PARTIDO CAMBIO RADICAL	5
CARLOS ARTURO HERNÁNDEZ	7.374	1.94	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
AISSAR ALBERTO CASTRO REYES	6.577	1.73	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
JOSÉ IGNACIO ONORO RAMOS	6.505	1.71	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
OSWALDO ANTONIO DÍAZ	5.817	1.53	PARTIDO CAMBIO RADICAL	
MAURICIO GÓMEZ AMÍN	7.504	1.97	PARTIDO LIBERAL	3
OSCAR DAVID GALÁN ESCALANTE	4.201	1.10	PARTIDO LIBERAL	
EUGENIO JOSÉ DÍAZ PERIS	3.606	0.94	PARTIDO LIBERAL	
LUIS ALBERTO ZAPATA DONADO	5.977	1.57	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	3
ESTER PATRICIA MOLINARES	5.475	1.44	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	
JUAN OSPINO ACUNA	5.422	1.38	PARTIDO DE UNIDAD NACIONAL	
MÁXIMO GREGORIO ACUNA	7.004	1.84	MOV. DE INCLUSIÓN Y OPORTUNIDADES	2
JESÚS MARÍA AUDIVET GAVIRIA	6.158	1.62	MOV. DE INCLUSIÓN Y OPORTUNIDADES	
HILARIO BUSTILLO BOLÍVAR	2.760	0.72	MOV. AUTORIDADES INDÍGENAS DE COL.	1
RAFAEL SEGUNDO SÁNCHEZ	5.756	1.51	POLO	1
votos por los partidos			347.640	
votos válidos			379.908	
votos en blanco			32.268	
votos nulos			25.012	
votos no marcados			24.323	
total votos			429.243	

8.5. Anexo 5

Ficha técnica Encuestas, Invamer-Gallup

EMPRESA QUE REALIZÓ LA ENCUESTA: GALLUP COLOMBIA LTDA.

PERSONA NATURAL O JURÍDICA QUE LA ENCOMENDÓ: Caracol Televisión, Caracol Radio y El Espectador.

FUENTE DE FINANCIACIÓN: Caracol Televisión, Caracol Radio y El Espectador.

UNIVERSO: Personas aptas para votar en las próximas elecciones para Alcalde de Bogotá/Medellín/Cali/Barranquilla.

MARCO MUESTRAL: En la primera fase del muestreo, planimetría de la ciudad de Bogotá/Medellín/Cali/Barranquilla. En la segunda fase, hogares de las manzanas seleccionadas. En la tercera y última fase, personas mayores de 18 años residentes en cada hogar.

TAMAÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA: 600 entrevistas para cada ciudad. Con el ánimo de representar mejor el universo en la muestra, la mitad de las entrevistas se hizo telefónicamente y la mitad se hizo personalmente. Con las entrevistas telefónicas se buscó llegar, en parte, a aquellos hogares ubicados en unidades cerradas; con las entrevistas personales se buscó llegar, en parte, a aquellos hogares sin línea telefónica fija. Para ajustar la distribución de la muestra a la distribución real del universo por estrato y edad, se aplican factores de ponderación.

SISTEMA DE MUESTREO: Aleatorio por etapas. 1. Selección aleatoria sistemática de 150 manzanas en la ciudad de Bogotá/Medellín/Cali/Barranquilla. 2. Selección aleatoria sistemática de cuatro hogares por

manzana 3. Selección aleatoria simple de una persona de 18 o más años, residente en el hogar.

MARGEN DE ERROR: Los márgenes de error dentro de unos límites de confianza de un 95% son:

-Para el total de la muestra de 600 entrevistas: +/- 4%.

-Para las preguntas sobre intención de voto con una base de 324 encuestas, el margen de error en la columna total es de: +/- 5.4%

TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS: 300 entrevistas se hicieron personales cara a cara en los hogares y 300 entrevistas se hicieron telefónicamente en los hogares.

FECHA DE RECOLECCIÓN DE LOS DATOS: Del 25 al 26 de Octubre de 2011.

Fundación Konrad Adenauer

La Fundación Konrad Adenauer es una fundación política alemana, independiente, sin ánimo de lucro, ligada política y conceptualmente con las ideas del movimiento Demócrata Cristiano alemán. Está presente en más de 120 países del mundo promoviendo la democracia y el desarrollo, proporcionando ayuda para la autoayuda, combatiendo las causas de la pobreza y transmitiendo las ideas de la Economía Social de Mercado. Su marco de trabajo está conformado por los valores de la libertad, solidaridad y justicia.

Centro de Análisis y Entrenamiento Político-CAEP

El Centro de Análisis y Entrenamiento Político es una iniciativa privada sin ánimo de lucro, que busca fortalecer la democracia y los procesos al interior de los gobiernos, organizaciones sociales y partidos políticos, desde dos perspectivas: academia y consultoría.

Investiga la raíz de los problemas sociales para dar soluciones específicas a través de la entidades responsables. A la par ofrece un proceso educativo que conlleva acceso al conocimiento social y político para formar líderes que contribuyan al desarrollo de la región.

Con mucho interés recibimos esta nueva obra de Carlos Andrés Pérez que explora un tema central del diseño y ejecución de campañas: los motivos del elector. Máxime cuando es claro para todos que se han movido los ejes tradicionales en que se fundaba tal decisión, ahora con un mayor componente emocional, menos ideológico, no siempre sencillo de explicar.

Carlos Andrés es dueño de una sólida preparación académica, es un estudiante acucioso, profesor e investigador. Pero al mismo tiempo baja de ese elevado pedestal y se atreve a contrastar sus conocimientos con la práctica, en la que le conocemos varias exitosas gestiones de gerencia electoral. Un abrazo poco frecuente de encontrar y que se nos entrega generoso y lúcido. Seremos muy enriquecidos con su lectura, y estoy convencido de que abrirá una línea de debate por la que habrán de transitar los estrategas del siglo veintiuno.

Arturo García Portillo
Congresista de México (LXI Legislatura)

Felicito a mi amigo y mentor Carlos Andrés Pérez por esta nueva joya literaria donde podremos conocer cómo se comportan nuestros electores y de esa manera proveer datos para mejorar el desempeño político en nuestro país. Es un honor poder leer cada libro de este científico de la política que está ayudando a profesionalizar este oficio en Colombia.

Ernesto Aguilar Medina
Presidente del Concejo de Barranquilla

Un libro clave para entender el comportamiento del votante colombiano y sus motivaciones en cada región. Sin duda, será una valiosa herramienta para los profesionales de la comunicación política, pero más aún, para que los políticos puedan entender qué pasa por el cerebro de los ciudadanos al momento de decidir su voto.

Si hay algo que caracteriza a Carlos Andrés son tres cosas: gran profesionalismo, búsqueda de nuevas alternativas de comunicar la política y su mente alerta y abierta a la innovación.

Jorge Dell'Oro
Coordinador Organización de Consultores Políticos Latinoamericanos

Aparece este libro, en tiempos difíciles para la política, cuando muchos se suman al fácil discurso del descreimiento de la gente. Este lúcido analista, intenta desentrañar mirando y analizando a fondo distintos perfiles de género, edad, socioeconómicos y culturales.

Esta obra trae elementos para descubrir el pensamiento de las masas, partiendo desde Colombia. Ojalá se extiendan estos análisis por los diferentes países de Latinoamérica y nos ayuden a darle calidad a la política, y a hacer que ésta vuelva a estar en el centro de las decisiones, con convicción y entusiasmo. Carlos Andrés nos ayuda a reflexionar y desentrañar qué piensan hoy las grandes mayorías.

Pablo Iturralde Viñas
Congresista de Uruguay