



DETERMINANTES DEL COMPORTAMIENTO ELECTORAL E INCIDENCIA DEL  
CONCEPTO DE DESARROLLO SOBRE EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DEL VOTO:  
UN ANÁLISIS SOBRE LAS ELECCIONES A ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ  
CELEBRADAS EN 2011 DESDE LA LOCALIDAD DE TEUSAQUILLO

GUSTAVO ALBERTO QUINTERO ARDILA

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES  
CENTRO INTERDISCIPLINARIO DE ESTUDIOS SOBRE EL DESARROLLO - CIDER  
BOGOTÁ, D.C.

2014

DETERMINANTES DEL COMPORTAMIENTO ELECTORAL E INCIDENCIA DEL  
CONCEPTO DE DESARROLLO SOBRE EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DEL VOTO:  
UN ANÁLISIS SOBRE LAS ELECCIONES A ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ  
CELEBRADAS EN 2011 DESDE LA LOCALIDAD DE TEUSAQUILLO

GUSTAVO ALBERTO QUINTERO ARDILA

Trabajo de grado como requisito para optar el título de:  
Magister en Estudios Interdisciplinarios Sobre el Desarrollo

Director

Jaime Torres Melo

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES  
CENTRO INTERDISCIPLINARIO DE ESTUDIOS SOBRE EL DESARROLLO - CIDER  
BOGOTÁ, D.C.

2014

## Tabla de Contenido

	Pág.
Introducción	5
<b>Capítulo 1: Marco Teórico y Evolución Conceptual</b>	<b>8</b>
El modelo de Columbia: una aproximación desde el enfoque sociológico	9
El modelo de Michigan: hacia el entendimiento de la psicología del votante	13
El modelo de Rochester y la racionalidad del elector	16
La idea del desarrollo dentro de los estudios sobre comportamiento electoral	20
<b>Capítulo 2: Marco Metodológico del Trabajo de Campo</b>	<b>23</b>
Aproximación analítica	23
Metodología utilizada	24
Técnicas de recolección de información	28
Trabajo de campo	29
Diseño del Trabajo de campo	29
Perfil y selección de los participantes en la investigación	30
Definición de la guía de preguntas	32
Sistematización y esquema de presentación de la información y análisis de resultados	32
Características sociodemográficas y percepciones frente a lo cotidiano	33

Ejes temáticos y preocupaciones	33
Valoración del voto y del sistema político	34
Influencia histórica y evaluación del desempeño	34
Expectativas y modelo de candidato	34
Influencia de los medios de comunicación y de las campañas electorales	34
Determinantes de la decisión final	35
<b>Capítulo 3: Resultados</b>	<b>35</b>
Características sociodemográficas y percepciones frente a lo cotidiano	36
Ejes temáticos y preocupaciones	39
Movilidad	39
Seguridad	40
Salud	41
Educación	41
Equipamiento urbano	41
Pobreza y redistribución del ingreso	42
Valoración del voto y del sistema político	43
Influencia histórica y evaluación de desempeño	44
Expectativas y modelo de candidato	46
Influencia de los medios de comunicación y las campañas del candidato	47

Determinantes de la decisión final	50
<b>Capítulo 4: Análisis de Resultados</b>	<b>53</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>57</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>65</b>
Anexo A. Cuadro Comparativo de los 3 Modelos Tradicionales del Comportamiento Electoral	¡Error!
Marcador no definido.	
Anexo B. Información de Contexto	¡Error! Marcador no definido.
Anexo C. Guías de Recolección de Información Utilizada en el Trabajo de Campo	¡Error!
Marcador no definido.	
Anexo D. Piezas Gráficas Evaluadas en las Entrevistas	¡Error! Marcador no definido.
Anexo E. Resultados del Análisis de Piezas Gráficas	¡Error! Marcador no definido.
Anexo F. Resultados del Análisis del Mensaje de Campaña	¡Error! Marcador no definido.
Anexo G. Rutas del Elector	¡Error! Marcador no definido.

## Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Elementos Relevantes Surgidos del Análisis de la Evolución Teórica	21
Tabla 2. Perfiles establecidos para los sujetos de investigación	31
Tabla 3. Intención de voto antes de elecciones	51
Tabla 4. Voto final (emitido después de elecciones)	52
Tabla 5. Coherencia del voto final	76

## Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Apuesta analítica del ejercicio de investigación	24

## RESUMEN

Los estudios sobre comportamiento electoral inician a mediados del siglo XX bajo el liderazgo de tres escuelas teóricas con enfoques disciplinarios distintos. La Escuela de Columbia parte de un enfoque sociológico, la Escuela de Michigan de un enfoque psico-social y desde la Escuela de Rochester se presenta un enfoque basado en la elección racional. Los postulados de estos tres enfoques han sido ampliamente discutidos hasta la fecha y a ellos se les han incorporado nuevos elementos relacionados con la existencia de la tecnología y la influencia de los medios de comunicación. Tomando como base esta revisión teórica, en el presente documento se presenta un trabajo de campo que tiene como objeto revisar la validez de una serie de variables extraídas de los planteamientos descritos en el caso específico de las elecciones realizadas en octubre de 2010 para Alcaldía Mayor de Bogotá y más específicamente en la Localidad de Teusaquillo.

*Palabras clave.* Comportamiento electoral, Voto, elecciones, elector.

## Introducción



El presente documento busca revisar las apuestas teóricas que en materia de comportamiento electoral se han desarrollado en la literatura académica y con base en esto definir una serie de variables que posteriormente serán analizadas a la luz de un caso de estudio que permita entender su validez en un contexto específico. Adicionalmente, y teniendo en cuenta los aportes de la maestría en Estudios Interdisciplinarios en Desarrollo, se ha hecho un énfasis especial en la relación entre comportamiento electoral y desarrollo, con el ánimo de observar si, desde la literatura o desde el ejercicio investigativo, este último concepto tiene alguna incidencia dentro del proceso de toma de decisión de un individuo elector.

Aunque es un tema relativamente reciente, el comportamiento electoral ha sido estudiado desde diferentes disciplinas. Sin embargo, tres corrientes han encabezado los estudios desde mitad del siglo XX, de las cuales dos tienen asidero en centros académicos de alto reconocimiento como las Universidades de Michigan y de Columbia, y han sido objeto de análisis y revaluaciones a lo largo del tiempo. Mientras la primera se centra en aspectos psico-sociológicos basándose en el estudio de las fuerzas de corto y largo plazo, la segunda hace énfasis en aspectos sociológicos a partir de los conceptos de círculos sociales primarios y círculos sociales secundarios que serán explicados más adelante.

Hacia la década de los sesenta apareció la tercera corriente de investigación, la cual se nutre de la economía y toma los postulados de la Teoría de la Elección Racional para estudiar la decisión electoral como una elección de costo-beneficio, en donde este último estaría determinado por la ganancia colectiva o individual que obtiene un votante dependiendo de la opción que escoja. Estas teorías serán abordadas en este documento con mayor profundidad.

Posteriormente, con el auge de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, el análisis del comportamiento electoral ha encontrado nuevos retos que llevan a contemplar dentro de las revisiones la importancia adquirida por fenómenos como los medios de comunicación, la revolución del Internet y la aparición de múltiples canales de difusión para el envío de mensajes publicitarios. Aunque gracias a la evolución de las mismas, estos nuevos elementos pueden ser estudiados desde las corrientes tradicionales, se ha considerado necesario construir un adecuado estado del arte que permita entender los debates contemporáneos y la influencia de nuevas variables que pueden incidir en una decisión electoral.

Como ya se mencionó, una de las principales preocupaciones de este estudio es revisar si desde la literatura existente se han llevado a cabo revisiones tendientes a dilucidar algún tipo de relación entre la idea de desarrollo y la decisión electoral, es decir, si el elector entiende su voto como una apuesta por un modelo de desarrollo anhelado o racionalmente construido.

En este sentido, vale la pena resaltar que para los efectos del presente trabajo y en aras de hacerlo tangible y cercano a la cotidianidad del individuo, el concepto de desarrollo que se propone se basa en el Índice de Desarrollo Humano Urbano, propuesto por el PNUD en el año 2009, el cual añade a las variables tradicionales del mismo (educación, salud e ingreso) una variable adicional de movilidad y equipamiento. Lo anterior no quiere decir que el objeto de análisis sea el índice como tal, sino sus temas constitutivos, es decir, la importancia que un elector le otorga, para la toma de su decisión, a los planteamientos del candidato en materia de ingresos, educación, salud, movilidad y equipamiento urbano.

A lo largo del texto se revisarán las siguientes premisas, las cuales surgen a partir de la revisión documental realizada: (1) que el componente más alto que incide en una decisión de voto es el emotivo, es decir, que las emociones y los simbolismos tienen una mayor relevancia que aspectos más objetivos como lo programático y lo ideológico; (2) que no existe un voto plenamente informado, y que por el contrario, el individuo no está interesado en conocer la totalidad de la oferta programática existente en una elección; (3) que los componentes del índice de desarrollo humano y urbano son importantes solo si desde lo comunicacional se es exitoso en generar una necesidad, o si desde lo social se posicionan en el imaginario colectivo, es decir, que los temas de salud, educación, ingreso, movilidad y equipamiento adquieren importancia en una decisión electoral en la medida en que sean posicionados en el imaginario por fuerzas externas de carácter mediático o social; y (4) que los temas que pueden transformar una decisión de voto son aquellos que afectan la cotidianidad del elector, considerando que en una decisión electoral priman los intereses de corto plazo.

Para dar respuesta a todos estos planteamientos, se propone la siguiente pregunta de investigación: *¿Qué variables inciden en un proceso de construcción de voto en la actualidad y específicamente en un individuo residente en la localidad de Teusaquillo, en el marco de las elecciones a Alcaldía Mayor celebradas en octubre de 2011, y tiene la concepción de desarrollo alguna influencia en la toma de dicha decisión?*

La pregunta planteada determina claramente la unidad de análisis que ha de ser observada durante el proceso investigativo, en este caso, la unidad de análisis seleccionada fue el elector (ciudadano), entendido como aquel individuo que cumple los requisitos exigidos por la ley para participar en un proceso electoral y que voluntariamente acude a participar. Lo que se ha querido observar del elector como unidad de análisis es el proceso a través del cual construye su decisión de voto; para ello es importante analizar todos aquellos elementos que inciden directa o indirectamente en la misma. Teniendo en cuenta que para el ejercicio académico es necesario acotar la unidad, se consideró que el individuo conociera el contexto político, para lo cual se estableció como primer criterio de selección que el sujeto de investigación hubiese finalizado su educación secundaria.

Para responder la pregunta de investigación planteada, este documento se centró en su primer capítulo en la revisión de los planteamientos hechos desde la literatura académica en materia de comportamiento electoral. Al respecto es importante señalar que el alcance de la revisión cubre no sólo las posturas iniciales sino la evolución de las mismas y la aparición de nuevos elementos que han sido incorporados al debate. Posteriormente, con el ánimo de observar cómo estos planteamientos teóricos responden en un contexto específico, se presentó en el segundo capítulo el marco metodológico del estudio de caso, el cual contiene desde el diseño de investigación hasta la descripción de los instrumentos utilizados para la recolección de la información. Por su parte, el tercer capítulo del trabajo contiene tanto los resultados como el análisis surgido del trabajo de campo, lo cual sirvió de insumo fundamental para que, finalmente, en las conclusiones se pueda dar respuesta a la pregunta formulada.

## **Capítulo 1: Marco Teórico y Evolución Conceptual**

A mediados del siglo XX se comienzan a ver aproximaciones desde centros de pensamiento al entendimiento del comportamiento electoral de los individuos, las cuales surgen como resultado de estudios de mercado que al buscar entender el porqué de una decisión de compra terminaban obteniendo indicios que les permitían acercarse al por qué de la toma de una decisión de voto (Baterls, 2008).

El presente capítulo tiene como objetivo revisar las posturas teóricas que han servido como base para el estudio de la toma de decisiones electorales de los ciudadanos e identificar aquellos elementos que en el tiempo han permitido validarlas o replantearlas. La idea es extraer las variables más relevantes para que éstas sean la base del trabajo de investigación presentado en capítulos posteriores. Como se podrá observar, se parte de tres escuelas de pensamiento que aunque tienen algunas semejanzas abarcan el problema de estudio desde perspectivas diferentes debido a que cada una adapta un lente disciplinar distinto. Una vez revisados los preceptos y la evolución de estas escuelas, se hará una revisión sobre el nivel de incorporación de la idea de desarrollo dentro de las discusiones sobre comportamiento electoral.

### **El modelo de Columbia: una aproximación desde el enfoque sociológico**

La historia de la investigación académica sobre las decisiones electorales comienza hacia el año 1940 en la Universidad de Columbia a partir de las investigaciones hechas por un grupo de estudio liderado por Paul Lazarsfeld en el Bureau of Applied Social Research de dicha institución<sup>1</sup>, el cual logró identificar algunos factores que podrían influir de manera más certera en las decisiones de los votantes a partir de la incorporación de métodos cuantitativos, en especial encuestas, al entendimiento del comportamiento del individuo como votante (Baterls, 2008).

---

<sup>1</sup> La escuela de Columbia se cimienta sobre tres trabajos esenciales, cuyos insumos se recogieron a partir de dos ejercicios de campo realizados en dos elecciones presidenciales en los Estados Unidos. El primero, se hizo sobre una muestra tipo panel de 600 potenciales votantes encuestados al menos 7 veces en el condado de Erin County en Ohio a lo largo de siete meses durante las elecciones presidenciales de 1940, siguiendo una compleja metodología donde algunas de las preguntas variaban y otras se mantenían constantes durante los levantamientos y en donde existía un grupo de control que permitía entender los efectos directos de las variables estudiadas.

Como se mencionó, en años anteriores Lazarsfeld había hecho explícito su interés en el estudio de los elementos psicológicos que incidían en un proceso de elección del consumidor y en cómo la publicidad y los medios de comunicación jugaban un rol determinado en el mismo. Debido a sus hallazgos, Lazarsfeld volcó su trabajo hacia el estudio de las decisiones electorales con dos objetivos principales: en primer lugar, conocer el grado de influencia de los medios de comunicación sobre éstas y, en segundo lugar, probar la efectividad de su metodología de investigación. La hipótesis planteada era que el acto de votar era un acto individual, alimentado por la personalidad y la exposición del votante a los medios de comunicación (Lazarsfeld, Berelson, & Gaudet, 1948)

Como resultado de dicho trabajo se publicó el libro titulado *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign* (Lazarsfeld et al, 1944), cuyos hallazgos privilegian la influencia de las características sociales de los individuos como las que más inciden en la toma de decisiones, lo que quiere decir que son muy importantes aspectos como la religión, clase social o lugar de residencia, por lo cual, según los autores, no era difícil determinar la inclinación política de un sujeto al construir su perfil social. Incluso los cambios en las preferencias de los individuos estudiados estaban determinados por su entorno y la influencia de miembros de la comunidad a la que pertenecían (Antunes, 2010).

Teniendo en cuenta lo anterior, en *The People's Choice* se identifican tres posibles roles de las campañas y la comunicación durante un proceso electoral: activación del indiferente, fortalecimiento de la pertenencia partidista y conversión del indeciso, concluyendo que no es que las campañas electorales sean inútiles, sino sus efectos son de otro tipo, es decir, sirven más para fidelizar que para conseguir nuevos votos, lo cual se valida posteriormente al demostrar que quienes más siguen la comunicación electoral durante las contiendas son quienes ya tienen una decisión definida. Para terminar de refutar la hipótesis planteada, el estudio demuestra cómo la influencia de una campaña electoral sobre un individuo no se hace de manera directa sino a través de la incidencia social de algunos líderes de opinión que retrasmitem los mensajes emitidos (Baterls, 2008).

Para reforzar los hallazgos y hacer algunas correcciones metodológicas, se llevó a cabo un segundo estudio tipo panel en Elmira, Nueva York, que dio origen a un segundo libro más enfocado

en aspectos electorales titulado *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign* (Berelson, 1986).

Además de ratificar que la predisposición política de un individuo está correlacionada con su contexto y sus condiciones socioeconómicas, el nuevo estudio demostró que incluso aquellos que temporalmente se alejaban de las decisiones de su círculo social volvían a su postura inicial en un fenómeno que los autores decidieron llamar reactivación. Otro aporte de este segundo estudio tiene que ver con el análisis que se hizo sobre los temas tratados en campaña, los cuales fueron divididos en dos grupos: los concernientes a política doméstica y los referentes a política internacional. Los resultados mostraron que mientras para lo primero había diferencias marcadas de acuerdo con la condición socioeconómica, la pertenencia partidista y el interés en la elección, para lo segundo existía una posición casi unánime pero un desacuerdo en quién era el candidato indicado para llevarla a cabo (Baterls, 2008).

Dado que el modelo de Columbia concibe al elector como un ser social, es posible identificar dos conceptos fundamentales: círculos sociales primarios y círculos sociales secundarios. Dentro de los primeros, las principales variables identificadas son el entorno familiar y el entorno laboral; para los segundos, las variables son todos aquellos grupos religiosos, sociales, comunitarios o culturales a los que el sujeto decide pertenecer y en donde invierte su tiempo de manera voluntaria.

Montecinos (2007) clasifica los niveles de influencia sobre el elector en tres categorías: los contextos sociales, la influencia espacial y la teoría de redes. La primera se puede entender como una *composición social de un ambiente determinado*, en donde ciertas características del contexto influyen en una toma de decisión frente a un candidato. La segunda, asume que elementos como la intimidad y la confianza son fuertemente influyentes entre los ciudadanos. Burt, quien según Montecinos es quien le da forma a esta idea, lo denomina *cohesión social*, y expone que la verdadera influencia se da cuando la gente tiene relaciones cercanas de familiaridad, amistad o pareja ante las cuales no existe predisposición. En cuanto a la teoría de redes, el autor argumenta que mientras el contexto está definido, las redes son una creación que surge de elecciones individuales, y por lo tanto su nivel de incidencia es mucho más fuerte dado que entran en juego elementos de identidad y pertenencia.

Los planteamientos de la Escuela de Columbia fueron en su momento criticados por un exagerado determinismo social y además porque dejaban ver las decisiones políticas como un residuo de las interacciones sociales. De igual forma, el modelo se quedaba corto a la hora de explicar las variaciones en el voto de un mismo individuo en elecciones distintas, lo cual haría evidente la influencia de factores específicos a cada elección que llevan a que un grupo social decida moverse dentro del espectro político (Antunes, 2010).

Con el tiempo, las críticas al modelo de Columbia fueron bastante fuertes y llevaron incluso a que algunos de sus principales planteamientos fueran descartados por modelos posteriores. Sin embargo, 20 años después hacia la década de los 70 algunas de las ideas propuestas volvieron al debate académico y comenzaron a llevarse a cabo estudios que han tenido desde entonces una importante relevancia. Autores como Carl Sheingold y Paul Burstein (1976) mostraron su insatisfacción frente a la pérdida de interés sobre aspectos relevantes para ellos como el impacto de las redes sociales en la simpatía partidista o el estudio del voto agregado de la sociedad. En efecto, a partir de un estudio realizado en Israel, Burnstein aseguró que en un buen número de casos son más influyentes sobre una decisión electoral los lazos sociales del individuo que sus propios antecedentes, y que incluso es posible demostrar una relación de doble vía entre la preferencia partidista de un sujeto y la escogencia de sus círculos sociales.

Pero definitivamente la apuesta teórica que revitalizó los planteamientos de la Escuela de Columbia es la Teoría de Redes, cuyo desarrollo inició en los años 70, pero fue hasta la década de los 90 que el concepto de redes sociales con todo lo que esto conlleva fue analizado a la luz de las preocupaciones electorales. Reconociendo al ser humano como un ser social, el concepto de redes adquiere amplia relevancia con autores como Granovetter (1982), quien consideró que son más importantes los vínculos entre vecinos y personas cercanas para influir en un individuo elector que aspectos como la motivación de clase, el sexo o la razón individual.

En su trabajo, Granovetter (1982) acuña los conceptos de *vínculos fuertes* y *vínculos débiles* para explicar la forma como el individuo se relaciona socialmente. Por *vínculos fuertes* se entiende la relación con todas aquellas personas cercanas al individuo como parientes o amigos, por *vínculos débiles* se entiende a todas aquellas personas que el individuo conoce por una u otra razón y con quienes comparte espacios de tipo social. Estos últimos se convierten en la base de la sociedad al

conectar los distintos grupos sociales, adquiriendo un rol protagónico dentro del comportamiento electoral dado que actúan como transmisores de mensajes electorales (Montecinos, 2007).

Más recientemente, con el vertiginoso crecimiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, algunos autores resaltan la evolución de las redes hacia espacios no sólo físicos sino también virtuales, como un fenómeno revolucionario que las convierte en multiplicadoras de opciones electorales que influyen en la decisión individual de voto sobre la base de sentimientos de pertenencia y bienestar colectivo. En este sentido, Williams y Gulati (2007) analizaron la incidencia electoral de aspectos como las redes sociales entendidas ya no como esos núcleos físicos en los que el individuo hace presencia, sino también como aquellos ambientes virtuales con los cuales se relaciona.

Otro elemento en su momento estudiado y poco valorado por la Escuela de Columbia es el relacionado con la importancia de las campañas electorales. Aunque en su momento Lazarsfeld y su equipo las desestimaron por considerar que las mismas no tenían incidencia real dentro del electorado sino que servían para alinear y fidelizar preferencias existentes, fenómenos como la crisis de los lazos sociales tradicionales acelerada por la aparición de las redes virtuales e Internet, el avance acelerado de los medios de comunicación y el posicionamiento del marketing político han alterado la lógica de las campañas y los objetivos con que las mismas se estructuran.

### **El modelo de Michigan: hacia el entendimiento de la psicología del votante**

Frente a las críticas del Modelo de Columbia aparece en la década de los 50 el denominado Modelo Psicosocial para añadirle un nuevo elemento de análisis al estudio del comportamiento electoral: el entendimiento de la importancia de las fuerzas de corto plazo que caracterizan cada elección. Este modelo surge de una encuesta sobre política internacional desarrollada en 1948 por Angus Campbell y Robert Kahn del Survey Research Center de la Universidad de Michigan, quienes a partir de los resultados en 1952 publicaron su libro denominado *The People Elect a President* (Bartels, 2008).

El trabajo realizado por Campbell y Kahn se convertiría en referencia para los estudios que sobre comportamiento electoral, puesto que desarrollaron el *Survey Research Center* de la Universidad de Michigan con encuestas subsecuentes en 1952, 1954, 1956 y 1958, para lo cual se reclutó un equipo interdisciplinario conformado entre otros por Warren Miller, politólogo de la



Universidad de Siracusa; Donald Stokes, de la Universidad de Yale; y Philip Converse del programa de psicología de Michigan. Este equipo trabajó en dos obras de notoria relevancia: *The Voter Decides*, que recoge la experiencia de las elecciones de 1952 y la que se puede considerar como la obra máxima de la investigación electoral en la historia, y *The American Voter* publicado en 1960 (Antunes, 1954).

El concepto de *partidazgo* es el elemento neurálgico alrededor del cual giran los estudios de Campbell y su equipo, y es entendido como la relación estable, duradera y emotiva entre un individuo y un partido político que no necesariamente se materializa en un registro oficial ni en una militancia sistemática con el mismo. De acuerdo con Antunes (1954), este concepto es una forma de identificación social en donde los individuos escogen pertenecer o apoyar un grupo al cual están ligados de manera emocional a partir de las influencias recibidas por la familia, los colegas o similares, en un proceso que él relaciona con la pertenencia religiosa.

Para explicar las relaciones entre las variables que inciden en una decisión electoral, los investigadores de la Escuela de Michigan acuden al Embudo de Causalidad en donde se encuentran las fuerzas de corto y largo plazo que moldean la decisión. Dentro de las fuerzas de largo plazo los autores clasifican los factores históricos, socioeconómicos, valores, actitudes y pertenencia a grupos sociales, mientras que dentro de las fuerzas de corto plazo surgen aspectos como los temas coyunturales, los candidatos, campaña, situación económica y acciones gubernamentales. En la entrada del embudo se encuentra la identificación partidista, la cual adquiere un rol protagónico en la medida en que es a través de ésta que el votante analiza las variables de corto plazo que finalmente, a la salida del embudo, definirán el voto del elector (Campbell, Converse y Miller, 1960).

Aunque el modelo propuesto por el Survey Research Center de la Universidad de Michigan ha sido el punto de partida para numerosos estudios sobre comportamiento electoral en el mundo, las críticas que se han hecho sobre el mismo han sido de diversa índole y giran principalmente en torno al hecho de que éste solo es aplicable a escenarios bipartidistas, o por lo menos con sistemas de partidos bastante institucionalizados. De igual forma, existen autores que son críticos frente a la estabilidad de la lealtad partidista en el tiempo, puesto que consideran que el modelo psicosocial sobreestima esta variable cuando lo que realmente sucede es que los electores ajustan su simpatía

partidista de acuerdo a lo que evalúan para cada elección y a la posición que tanto el partido como el candidato asumen frente a esto.

En este sentido, David Sulmont (2010) desarrolló un estudio cuya variable central fue la lealtad partidista, y se cuestionó sobre los procesos que deben darse para la formación de ésta, para lo cual decidió analizar tanto el rol de los partidos como el sistema en que estos se desenvuelven y su incidencia en las actitudes de los ciudadanos. Sulmont (2010) concibió los partidos como canales expresivos que permiten el fortalecimiento de los estados democráticos en la medida en que tanto los descontentos como la aprobación de las acciones gubernamentales se pueden expresar a través de un voto que adicionalmente sirve para configurar las lealtades partidistas. La clave está en que los partidos logren diferenciarse entre ellos, lo que se da de manera progresiva a partir del fortalecimiento de los denominados clivajes, que son divisiones permanentes de carácter corporativo, social o político (Sulmont, 2010).

Hacia mediados de los años 70, el modelo de Michigan estaba casi revaluado, incluso sus herederos hablaban de un cambio dramático en las actitudes del votante en parte por fenómenos como los movimientos por los derechos civiles de los años 60 o los de resistencia frente a la Guerra de Vietnam que generaron oleadas de opinión y tuvieron gran impacto en la sociedad, llevando a académicos como Nie, Verba y Petrocik a publicar en 1976 el libro *The Changing American Voter*, donde precisamente se argumentaba que aquel elector otrora poco informado políticamente había cambiado su consistencia ideológica (Nie, Verba y Petrocik, 1976).

Para contrarrestar la situación, Samuel Popkin, profesor de la Universidad de California y doctorado de M.I.T, tomando como referencia el modelo presentado en *The American Voter* y intasaplicándolo en 5 procesos electorales, demostró que realmente las preocupaciones del elector frente a asuntos políticos no habían variado ostensiblemente, por lo cual los preceptos de la escuela de Michigan seguían vigentes (Popkin, 1976).

Ya en el nuevo siglo, Weisberg y McAdams (2009) quisieron saber qué tan similares pudieron ser las fuerzas electorales que llevaron a la elección sucesiva de un candidato republicano a la Presidencia de los Estados Unidos en los años 1952 y 1956, 2000 y 2004. Tomando como punto de partida el libro *The American Voter*, los investigadores analizaron las dos situaciones a partir de seis variables, entre ellas: (i) actitudes hacia los candidatos demócratas y republicanos, (ii) asuntos externos e internos, y (iii) grupos sociales y partidos políticos como cabezas de

gobierno. Como resultado del ejercicio se concluyó que mientras las fuerzas de corto plazo definidas en los 50 no fueron tan determinantes en las elecciones de principios del siglo XXI, hubo factores de largo plazo que, como la pertenencia al partido, siguen influyendo con fuerza en las decisiones electorales (Weisberg y McAdams, 2009).

En la actualidad, numerosos autores coinciden en señalar que debido a la relevancia adquirida por las redes sociales y los medios de comunicación, el manejo de las emociones entra a jugar un rol preponderante en la definición de actitudes políticas y en la toma de decisiones electorales. Si bien este fenómeno puede ser analizado desde los planteamientos de la escuela de Columbia y la influencia del contexto social en la decisión electoral, también se pueden entender las emociones como catalizadoras de fuerzas de corto plazo, ya que dependiendo del impacto éstas tengan sobre el elector van a generarle una afinidad que puede estar marcada por sentimientos de pertenencia, identificación, solidaridad y/o correspondencia.

Por otra parte, Ridout y Kathleen (2009) analizaron el uso de dichas emociones y los patrones mediadores para hacerlo. Para ello desarrollaron una teoría por medio de la cual se explican los momentos en que se recurre a la emocionalidad del elector y estudia qué tipo de candidatos son más dados y más efectivos al hacerlo. Según estos autores, se considera que efectivamente existen patrones de uso de emociones en campañas electorales y que los esfuerzos se centran más en unas que en otras, adicionalmente, que aquellos candidatos que lideran la contienda acuden más a las emociones positivas, mientras que quienes se sienten perdedores apuntan sus esfuerzos a despertar emociones negativas (Ridout y Kathleen, 2009).

### **El modelo de Rochester y la racionalidad del elector**

Mientras en la misma época en Michigan se trabajaba en el modelo psicosocial, a principios de los años 60 surge el paradigma de la Elección Racional aplicado al comportamiento electoral, el cual buscaba llevar la hipótesis económica de la maximización de la utilidad al campo de la toma de decisiones de voto, haciendo una importante contribución al darle significancia a las percepciones y evaluaciones que hace el individuo en temas de desempeño político.

Como punto de partida del modelo de elección racional se encuentra el libro escrito por Anthony Downs en el año de 1957 llamado *An Economic Theory of Democracy*, quien a su vez toma como insumo principal el trabajo desarrollado por Kenneth Arrow desde 1951 en torno a la

agregación de preferencias individuales de bienes, recursos y tecnologías para llegar a preferencias colectivas. El objetivo principal del trabajo de Downs fue sentar las bases de lo que debería ser un gobierno racional que esté alineado con los principios económicos racionales del productor y el consumidor y que es resultado de una competencia entre partidos (Bartels, 2008). En últimas, de acuerdo a Antunes, la Elección Racional asimila consumidores con votantes y productores con partidos políticos, lo que significa que mientras los consumidores buscan maximizar la utilidad de su voto, los partidos buscan maximizar sus ganancias electorales (Antunes, 2010).

Para este mismo autor, la Elección Racional en materia electoral opera bajo tres grandes premisas: la primera, todas las decisiones son racionales y propenden por la maximización de la utilidad; la segunda, el sistema político en una democracia es predictivo, es decir, es posible saber de antemano hacia dónde se dirigirán las acciones políticas del actor elegido; y la tercera, el sistema democrático permite la entrada de opciones electorales suficientemente diferenciadas.

Frente a la primera premisa, se asume como racionalidad que tanto electores como partidos políticos actúan de acuerdo a sus propios intereses. En este sentido, el elector elegirá a quien según su nivel de información le genere mayores beneficios, ya sea porque interpreta mejor sus necesidades o porque está más cercano a su forma de pensar. Por su parte, el interés de los partidos es precisamente ser elegidos, lo cual además de las ganancias propias de acceder al poder significa obtener un prestigio útil para elecciones futuras.

En lo que concierne a la segunda premisa, se contempla un escenario en donde interactúan el votante, los partidos y el gobierno. Cuando un sujeto racional se enfrenta a una decisión entre dos partidos, compara los beneficios esperados de cada opción, es decir, los beneficios de continuar con el partido del gobierno o los de cambiar a la oposición. Si la comparación favorece a alguno de los dos, su decisión electoral está tomada, si la balanza no se inclina el elector preferirá abstenerse. Como es de suponer, esta premisa presupone unos partidos confiables y responsables que además permiten la comparación entre ellos.

La tercera premisa se construye sobre la base de la incertidumbre, en este sentido y dando por sentado que el interés principal de los partidos es ser elegidos, en una contienda electoral se tienen propuestas programáticas tan diferenciadas que movilizan a diferentes tipos de votantes a acudir a las urnas. Lo anterior conlleva a dos comportamientos partidistas: el primero que tiende a

la presentación de una propuesta neutra que busque llegarle al mayor número de electores y, el segundo, una propuesta más agresiva que beneficie a algunos en perjuicio de otros.

Un valioso aporte de Downs es la introducción de los modelos espaciales de competencia electoral que buscaban describir *la estática y dinámica de las ideologías partidistas* (1957). Este planteamiento establecía una línea ideológica continua y unidimensional cuyos puntos máximos a lado y lado eran la extrema derecha y la extrema izquierda sobre la cual estaban ubicados los partidos. Dado que el elector sobre este espectro se debería inclinar por aquel partido más cercano a sus preceptos ideológicos, en un sistema bipartidista los partidos tenderían a hacerse en el centro de las preferencias de los votantes que se suponía eran en su mayoría moderados. Este planteamiento fue definido posteriormente como el *Teorema del Votante Mediano*.

A pesar de la cantidad de supuestos sobre los cuales se construye, el Teorema del Votante Mediano adquirió con el tiempo especial relevancia en el estudio de la elección racional, convirtiéndose en uno de los principales aportes de Downs al análisis de la decisión electoral. A pesar de limitaciones teóricas como el hecho de que en escenarios con más de dos alternativas, no necesariamente siempre va a existir un votante mediano o que varios candidatos le apunten a éste atomizando la elección y abriendo el camino para el triunfo de un candidato en el extremo, autores como Roger Congleton consideran que en la práctica este planteamiento se cumple recurrentemente y que su utilidad para el análisis sigue siendo bastante relevante (Congleton, 2001).

Finalmente, Downs (1957) hace referencia a dos tipos de voto racional adicionales al ideológico, el retrospectivo y el estratégico. Frente al primero el autor le da un gran peso al voto basado en la propia experiencia así como en la percepción y evaluación que se haga sobre la gestión de un partido o candidato, lo que hace de las elecciones un proceso de *accountability* posterior al ejercicio gubernamental; frente al segundo, el sujeto considera su voto como definitivo para el triunfo electoral y actúa no solo para favorecer a su partido de preferencia sino también para evitar que gane aquel que le es indeseable.

El modelo de la elección racional ha sido objeto de numerosas críticas desde la academia. En primera instancia, hay quienes como Blais consideran que al menos la mitad de los electores acuden a las urnas sin llevar a cabo ningún tipo de raciocinio del costo-beneficio, sino que simplemente lo hacen como respuesta a un compromiso y un deber ciudadano. De igual forma, el

argumento del voto estratégico es discutido por el hecho de que a diferencia de lo planteado por el modelo, la gente sale a votar incluso en elecciones amplias donde un voto individual pierde importancia relativa, fenómeno que el mismo Downs bautizó como la paradoja del voto (Montecinos, 2007).

Precisamente, con base en esta paradoja del voto, Bufacchi intentó responder a la pregunta de por qué votan las personas a pesar de los costos que implica, recurriendo a la interacción entre los conceptos de *externalidades*, presentado por James Coleman, y el de *reputación*, expuesto por Einar Overbye. El autor afirma que votar es una inversión que el individuo hace en su propia reputación, ya sea esta por poder o por confianza, y que éste es el elemento vital que determina el ejercicio electoral (Bufacchi, 2001).

Green y Shapiro, han cuestionado fuertemente la elección racional desde sus bases metodológicas hasta sus contribuciones. Para ellos quizá la mayor debilidad tiene que ver con la *racionalidad limitada del elector*, es decir, con suponer que el elector tenga la información adecuada, la voluntad necesaria y el tiempo requerido para hacer análisis electorales juiciosos acerca de sus intereses y de las propuestas de los partidos. La respuesta a esto desde la elección racional es que el individuo recurre a catalizadores que conducen a dicha información (medios, figuras públicas, organizaciones, etc), lo cual para Green y Shapiro fortalecieron su argumento en la medida en que el elector entonces no tiene posiciones políticas propias sino influenciadas por el contexto, regresando a los planteamientos expuestos por los modelos sociológico y psicosocial (Green y Shapiro, 1997).

Al igual que las otras escuelas, los planteamientos del modelo de Elección Racional fueron ampliamente estudiados durante las décadas posteriores a su nacimiento. Por ejemplo Fiorina, en su libro *Retrospective Voting in American National Elections* publicado en 1978, profundiza en el voto retrospectivo afirmando que incluso aquel ciudadano menos informado puede hacer uso de su propia experiencia para realizar una evaluación retrospectiva del candidato o del partido para la toma de una decisión electoral (Fiorina, 1978). Este argumento fue recogido y analizado posteriormente por autores como Key, para quien en estas situaciones cobra vigencia la idea de las elecciones como una herramienta de *accountability* (Key, 2003).

Siguiendo la línea de la Elección Racional, Fraile planteó una diferenciación entre el voto por ideología y el voto por resultados. El primero se configura en el momento en que el elector

vota por aquella corriente partidista más cercana a sus preceptos ideológicos, mientras que el segundo se presenta cuando el ciudadano conoce cuál es la dosis mínima de bienestar que cada opción le representaría. Los dos tipos de voto se basan en la creencia de que quien elige actúa esperando maximizar su beneficio, y los hallazgos evidencian una clara incidencia del conocimiento en el voto por resultados que se hace menos fuerte para el caso del voto ideológico (Fraile, 2007).

Frente a la concepción tradicional del *Rational Choice* donde se supone que los votantes se inclinan por una opción luego de hacer análisis de costo-beneficio, existe un componente emocional que es impredecible y que tiene una importancia mayor a la esperada por muchos analistas. En su texto, Dean y Croft presentaron varios debates en términos de racionalidad, irracionalidad, razonamiento y emociones que permiten concluir que al final una decisión de voto surge de la interrelación entre estos aspectos y que, aunque en algunos individuos se evidencia un alto grado de evaluación de su decisión a la luz de sus conveniencias y sus conocimientos, en la mayoría existen elementos emocionales o irracionales que los llevan a tomar decisiones que desde el lente del *Rational Choice* parecerían ilógicas (Dean y Croft, 2009).

### **La idea del desarrollo dentro de los estudios sobre comportamiento electoral**

Para efectos del presente trabajo no se ha encontrado literatura que busque analizar de manera contundente cómo el modelo de desarrollo, o al menos una idea sobre éste, es tenido en cuenta por los electores para escoger una determinada opción. Precisamente este vacío es aprovechado en el componente investigativo de este documento, en donde a partir de la identificación de unos componentes tangibles para el concepto de desarrollo se evalúa con los sujetos entrevistados la importancia de los mismos a la hora de tomar su decisión electoral.

Sin embargo, hay quienes se han atrevido a explorar la relación entre la participación electoral y el desarrollo material y humano de una sociedad. Sonnleitner, por ejemplo, lleva a cabo un estudio que busca a partir de una investigación comparativa sobre los cambios en el comportamiento electoral y los procesos democráticos de las últimas tres décadas en México y Centroamérica hacer un análisis transversal de las relaciones entre las dinámicas del desarrollo socioeconómico y las de la participación electoral (Sonnleitner, 2007).

Su intención es entender el comportamiento territorial del voto en los países o regiones de referencia y contrastarlo con el nivel de desarrollo de cada una de estas zonas para determinar la existencia de una correlación positiva entre estos dos aspectos. Sin embargo, la conclusión no es muy alentadora, mientras en países como Costa Rica o Nicaragua esta relación es positiva, en otros países como México no lo es, lo que lleva al autor a afirmar que “hay que evitar la trampa de considerar la modernización política como un subproducto de la modernización económica”.

De igual forma, es importante resaltar el trabajo realizado desde el proyecto denominado *Comparative Studies of Electoral Systems* (CSES), un esfuerzo colaborativo entre diferentes equipos académicos que estudian aspectos relacionados con elecciones alrededor del mundo. El proyecto utilizó un diseño integral de investigación compartido, aplicado por los investigadores en sus países y puesto a disposición de quienes quieran utilizarlo. Dentro de sus objetos de estudio, el CSES se ha concentrado en analizar si aspectos sociales, individuales o institucionales inciden en el comportamiento electoral, enfocándose principalmente en estos últimos. Para esto se parte de la premisa de que efectivamente el diseño institucional incide, de manera directa o indirecta, en la decisión de un individuo sobre votar o no, lo cual puede ser interpretado como una decisión racional (CSES, 2005).

Una vez revisadas las distintas corrientes de pensamiento que han imperado en los debates sobre el comportamiento electoral desde mediados del siglo XX, así como sus críticas principales y la evolución de sus ideas, es posible identificar algunos elementos que aún hoy son vigentes y relevantes para intentar responder a la pregunta de qué incide en la toma de una decisión de voto. Es necesario para esto valorar la incidencia de la sociedad sobre el individuo, la importancia de su trayectoria, costumbres e inclinación ideológica, sus análisis costo-beneficio, la importancia que le confiere a factores coyunturales, la forma como se informa, la emoción e identificación con cada una de las opciones electorales existentes y otra serie de elementos que se consignan en la tabla siguiente y que surgen de la revisión teórica planteada.

**Tabla 1. Elementos Relevantes Surgidos del Análisis de la Evolución Teórica**

Elementos relevantes surgidos del análisis de la evolución teórica	
Lente de análisis	Elementos relevantes
Frente a la Escuela de Columbia	Redes Redes sociales (virtuales) Vínculos fuertes y vínculos débiles Medios de comunicación



Elementos relevantes surgidos del análisis de la evolución teórica	
Lente de análisis	Elementos relevantes
	Publicidad Emotividad Círculos primarios y secundarios
Frente al Modelo de Michigan	Relación ciudadanía – clase política Escenarios coyunturales Lealtad partidista Sistemas de partidos Clivajes sociales Emotividad Costumbre Trayectoria <i>Issue voting</i>
Frente al <i>Rational Choice</i>	Evaluación retrospectiva - <i>Accountability</i> Atajos informativos Significancia de la decisión electoral Voto por ideología Voto por resultado Voto colectivo – voto individual Atajos cognitivos Medios Decisión intuitiva Reputación por poder Reputación por confianza <i>Issue voting</i>
Institucionalismo	Diseños institucionales Sistema electoral Sistema político Sistema de partidos
Desarrollo	<i>Issue Voting</i> Modelo de desarrollo Voto territorial Abstención activa

Fuente: Elaboración propia.

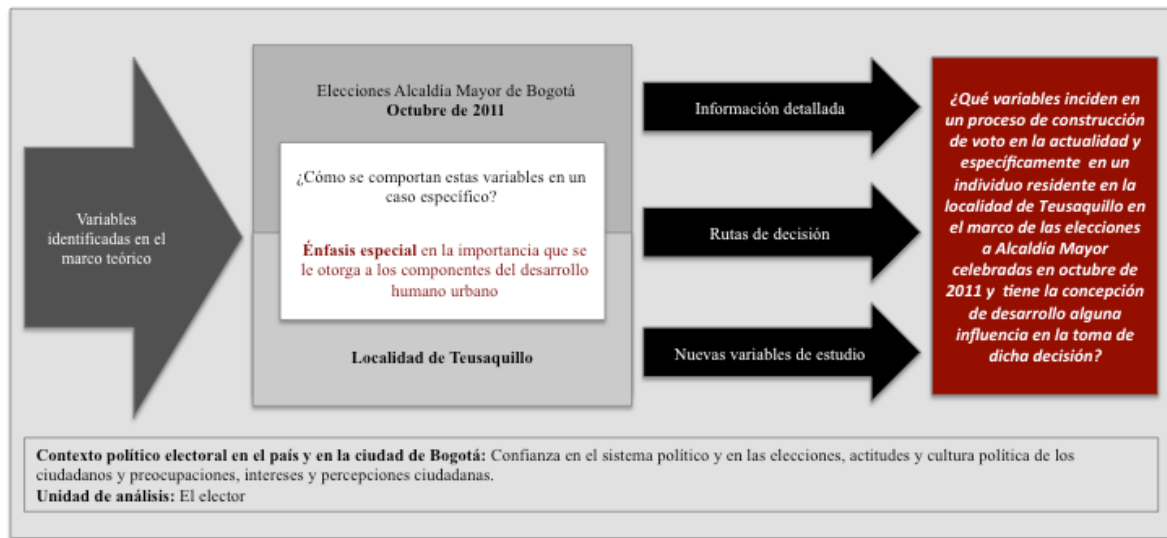
Partiendo del principio de que no existe una fórmula mágica ni una respuesta única frente a los elementos que inciden en una decisión electoral, es importante entender que cada individuo actúa en un contexto determinado y recibe una influencia distinta de fuentes exógenas a las que prioriza de acuerdo a criterios individuales. En este sentido, es viable realizar análisis segmentados que a partir de una caracterización más certera del área de estudio permitan observar el peso de las variables ya identificadas en situaciones específicas y, teniendo en cuenta el escenario académico que le da origen a la presente disertación, haciendo un especial énfasis en la importancia que para el caso seleccionado reviste la idea de desarrollo que el individuo elector tenga en su imaginario. Precisamente este es el propósito con el cual se desarrolló el trabajo investigativo que se presenta en los capítulos siguientes.

## **Capítulo 2: Marco Metodológico del Trabajo de Campo**

En el presente capítulo se presentan, en primera instancia, los objetivos de la investigación y los supuestos bajo los cuales se da forma al estudio; en segunda instancia, se presenta la descripción metodológica del trabajo con un enfoque en la técnica de investigación seleccionada y en la pertinencia de la misma para el logro de los objetivos planteados. Posteriormente se definen y caracterizan las instrumentos utilizados para el levantamiento de la información teniendo en cuenta la descripción del método de selección de los participantes en el proceso investigativo. Una vez surtidas estas tres etapas, se procede a hacer claridad sobre el proceso de sistematización de la información, desarrollando un análisis de los resultados esperados y se presentando un modelo de organización de los mismos el cual ha sido utilizado en el capítulo siguiente.

### **Aproximación analítica**

Como se puede observar en la figura siguiente, la aproximación analítica toma como insumos los elementos identificados en la revisión teórica realizada y entra a analizar el comportamiento de algunas variables definidas como determinantes de la toma de una decisión electoral en un escenario claramente determinado, que para el caso es la localidad de Teusaquillo en el marco de las elecciones a la Alcaldía Mayor de Bogotá que se celebraron en octubre de 2011.

**Figura 1. Apuesta analítica del ejercicio de investigación**

Fuente: Elaboración propia.

Como producto de este ejercicio se espera contar con información detallada del proceso de toma de decisión de los individuos que permita entender cómo inciden, si lo hacen, las variables definidas en el caso seleccionado. Igualmente, se espera contar con unas rutas de decisión para cada uno de los sujetos que hacen parte de la investigación que tengan en cuenta la decisión del individuo antes de su votación, el voto final emitido, las razones para mantenerlo o cambiarlo y las expectativas generadas frente al candidato ganador.

La revisión documental realizada demuestra que no existe en la literatura una conclusión consensuada que responda a las preguntas de por qué y cómo votan los individuos, sin embargo, sí es posible señalar varios elementos que pueden incidir en la decisión de voto. En este sentido, la motivación principal que condujo a llevar a cabo este trabajo de campo es la búsqueda de respuestas por medio de la acotación del escenario de estudio y la caracterización detallada de la unidad de análisis escogida, que para el caso es el individuo elector. Adicionalmente, dado que no se encontró literatura que haga referencia al tema, se hizo fundamental tener en cuenta como elemento de análisis el concepto de desarrollo.

### Metodología utilizada

Los elementos establecidos desde el capítulo anterior junto con aquellos que se definen, para efectos de este trabajo, como constitutivos del concepto de desarrollo son el insumo

fundamental del proceso de investigación, el cual tiene tres particularidades que vale la pena subrayar: (1) se realiza en el marco específico de las elecciones a Alcalde Mayor de Bogotá celebradas en octubre de 2011, (2) delimita como área geográfica de estudio la localidad de Teusaquillo, y (3) precisamente hace un énfasis especial en la importancia que el elector le otorga a el concepto de desarrollo, el cual como se muestra en la introducción se construye a partir de las cinco variables que constituyen el Índice de Desarrollo Humano Urbano que construyó el PNUD para Bogotá en el año 2009 (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2008).

Para el correcto análisis de resultados del trabajo de campo, fue necesario entender adecuadamente el contexto en el que se enmarca el presente ejercicio, es decir, la percepción que para la fecha definida tiene la ciudadanía en Bogotá frente a la situación social, política y económica de la ciudad y en especial frente al sistema político y electoral existente en el país. Para tal fin, en el anexo B se presenta una síntesis de la información consignada en estudios de renombrada reputación como la encuesta de percepción de Bogotá Cómo Vamos, la Encuesta de Cultura Política del DANE, el Barómetro de las Américas, o la Encuesta de Percepción Electoral de los Votantes Colombianos hecha por la Misión de Observación Electoral.

Los electores fueron la unidad de análisis del trabajo y también la principal fuente de información del ejercicio investigativo. Para efectos del ejercicio planteado se requirió que los sujetos de investigación fuesen ciudadanos colombianos, que estuvieran en capacidad de votar, con voluntad decidida de acudir a hacerlo y que su elección la hicieran de manera libre.

Antes de entrar a describir la metodología es importante aclarar por qué se decidió realizar el trabajo de campo en la Localidad de Teusaquillo y en el marco de las elecciones a Alcaldía Mayor de Bogotá. La principal razón para la escogencia de Teusaquillo es su homogeneidad, puesto que para el año 2009 el 81,1% de los habitantes de la localidad eran de clase media, el 14,2% eran de clase media baja y el 4,1% de clase media alta. Adicionalmente, la localidad es junto con Chapinero una de las más pequeñas de la ciudad, tiene el cuarto índice más alto de equipamiento urbano por cada 10.000 habitantes<sup>2</sup>, no posee zonas rurales, más del 80% de la población es mayor de 18 años, tiene el índice de condiciones de vida más alto de toda la ciudad y

---

<sup>2</sup> Es el conjunto de espacios y edificios destinados a proveer a los ciudadanos del Distrito Capital de los servicios sociales de cultura, seguridad y justicia, comunales, educación, salud, culto, deportivos, recreativos y de bienestar social, para mejorar los índices de seguridad humana a las distintas escalas de atención, en la perspectiva de consolidar la ciudad como centro de una red regional de ciudades, buscando desconcentrar servicios que pueden ser prestados a menores costos en las otras ciudades de la región.

el menor número de habitantes inscritos en el Sisbén. Todas las características mencionadas anteriormente hace más fácil el análisis de resultados, ya que permite aislar de mejor manera situaciones externas que pueden incidir en los mismos, como por ejemplo la compra de votos o las diferencias en las dinámicas electorales de distintas clases socioeconómicas.

También es importante aclarar por qué se realizó la investigación en el marco de las elecciones a la Alcaldía Mayor en el año 2011. Lo primero es que el momento electoral coincidió con el de la realización del trabajo de campo y, en este sentido, era factible realizar la investigación en medio de las elecciones; lo segundo, está relacionado con la preferencia que se da por analizar las elecciones a Alcaldía Mayor porque estas tienen mayor difusión mediática y al ser de mayor conocimiento suscitan un mayor interés por parte de la ciudadanía que las de Concejo o Junta Administradora Local las cuales se llevaron a cabo en la misma fecha.

Teniendo claro el objetivo de la investigación, es importante presentar la metodología utilizada para la recolección de información, razones para su escogencia, técnica de recolección de información seleccionada para hacerlo y en sí el diseño del operativo de campo que contiene la construcción y selección de los perfiles de los participantes, el instrumento de recolección de la misma y la estrategia de sistematización, presentación y análisis de los resultados obtenidos. Al respecto, se puede afirmar que la metodología de investigación seleccionada es el estudio de caso, la técnica de recolección de información es cualitativa y la técnica usada para hacerlo es la entrevista a profundidad.

Se ha escogido como método de investigación el estudio de caso porque este facilita la observación particular de un fenómeno y el análisis del mismo a partir del uso de técnicas cuantitativas o cualitativas. Teniendo en cuenta que para efectos de la presente investigación lo que se busca es analizar un comportamiento de unas variables identificadas en un contexto determinado, este método es ideal, pues parte de la premisa de que los hallazgos del ejercicio no son generalizables y limitan su alcance al escenario de estudio establecido. Stake (1998) considera que el estudio de caso “es el estudio de la particularidad y de la complejidad de un caso singular, para llegar a comprender su actividad en circunstancias concretas”, así mismo, Huerta (2005) considera que “el estudio de caso persigue describir la unidad en profundidad, en detalle, basada en el contexto y de una manera total”.

Latorre et al (1996) señalan entre otras dos ventajas relacionadas con el uso de estudios de caso que justifican claramente la utilización del mismo para la presente investigación, al afirmar que: “pueden ser una manera de profundizar en un proceso de investigación a partir de unos primeros datos analizados [y] es apropiado para investigaciones a pequeña escala, en un marco limitado de tiempo, espacio y recursos”. A propósito, vale la pena resaltar que existen diversas clasificaciones dentro de los estudios de caso, y para este ejercicio específico se definió un estudio de caso múltiple porque toma varias unidades de análisis con las que a partir de una misma guía de preguntas se espera llegar a conclusiones comparables, así mismo el estudio es descriptivo ilustrativo porque busca observar en terreno el funcionamiento de un planteamiento teórico específico (Morra, Friedlander, 2001).

Generalmente, los estudios de caso utilizan para su desarrollo técnicas cualitativas, y en esta ocasión se acude a la denominada entrevista semiestructurada, en donde los participantes en la investigación son entrevistados antes y después de las elecciones. En el momento anterior a la jornada electoral se recurre a una entrevista en movimiento donde el sujeto va respondiendo las preguntas mientras va caminando a lo largo de un trayecto que le permite ir señalando y validando la información suministrada más que nada en materia de preocupaciones y ejes problemáticos. Pasadas las elecciones y conociendo ya los ganadores el sujeto se somete a una segunda entrevista, esta vez realizada en un recinto cerrado en donde se busca entender cuáles fueron las razones reales del voto final, cuál es el balance que hace el investigado sobre el proceso electoral y qué expectativas surgen acerca de la gestión que pueda desarrollar el ganador.

La razón para la escogencia de la técnica cualitativa está directamente relacionada con el tipo de resultado que se espera de la investigación. En este sentido, y siguiendo a Sautu, Borriolo, Dalle y Elbert (2005), la escogencia de este tipo de técnica tiene explicaciones desde lo ontológico ya que entiende la realidad como subjetiva y múltiple y no objetiva y única; desde lo epistemológico ya que el entrevistador está inmerso en el contexto, lo entiende y a partir de esto guía la entrevista; desde lo axiológico en la medida en que al ser parte del proceso el investigador puede ser reflexivo frente al mismo y desde lo metodológico porque durante el proceso emergen de forma inductiva conceptos y categorías, los factores predominantes se influyen mutuamente, el diseño es flexible e interactivo, se permite el análisis a profundidad en relación con el contexto y existe confianza entre las partes involucradas (Sautu, Borriolo, Dalle y Elbert, 2005).

En otras palabras, la intención del ejercicio es profundizar en la particularidad de cada uno de los participantes en la investigación para conocer diversos tipos de raciocinio y asimilación del proceso de toma de una decisión electoral, dando alta importancia al contexto en que se desenvuelve el estudio y permitiendo que el ejercicio se enriquezca a partir de la interacción entre las partes y se vaya amoldando a lo que las necesidades de información le exijan. Es importante subrayar entonces que los resultados obtenidos no son representativos ni generalizables sino que buscan entender cómo es el proceso de toma de la decisión de voto de cada uno de los participantes en la investigación y cómo en cada caso específico inciden las variables identificadas en el marco teórico.

### **Técnicas de recolección de información**

Ya hablando más específicamente de la técnica de recolección escogida, dentro de las ventajas que otorga la entrevista y recurriendo nuevamente a Sautu et al (2005) se encuentran la riqueza informativa que proporciona el uso combinado de lenguajes verbales y no verbales, la oportunidad que otorga para clarificar y volver a preguntar en medio de una interacción directa, flexible y espontánea, el acceso a información no observable y la comodidad e intimidad que se alcanza con el entrevistado y que facilita el intercambio de información. Como desventajas de la entrevista, estos autores señalan el tiempo que se le debe dedicar a cada sujeto, la necesidad de un entrevistador hábil que adapte su lenguaje al entrevistado y la carencia de la validación grupal que hace que visiones individuales adquieran un peso considerable.

En su libro *Metodología y Técnicas de Investigación Social*, Piergiorgio Corbetta (2007) afirma que las entrevistas se pueden distinguir de acuerdo a su nivel de estandarización, lo que quiere decir que la flexibilidad del método puede presentar diversos grados, conllevando a diferenciar tres tipos de entrevistas: estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas. En la entrevista estructurada “a los entrevistados se les hacen las mismas preguntas, con la misma formulación y el mismo orden”; en la entrevista semiestructurada el entrevistador dispone de un guion que recoge los temas que se deben tratar, pero el orden y la formulación de cada pregunta depende de la forma en que se esté dando la entrevista; finalmente, en la entrevista no estructurada ni siquiera está prestablecido el contenido de las preguntas y las mismas varían en función del sujeto.

Teniendo en cuenta que la intención principal es determinar los procesos de toma de decisiones electorales individuales, se escogió el uso de entrevistas semiestructuradas que permiten la flexibilidad de la interacción y la profundización en los aspectos que el investigador considere relevantes pero teniendo un marco de referencia temático que sea aplicable a los distintos entrevistados. La *Guía para la Organización de Entrevistas Semiestructuradas con Informantes Clave* del Instituto de Salud Pública de Quebec aclara que el uso de entrevistas semiestructuradas permite trabajar con pequeñas muestras poblacionales y estudiar situaciones específicas para hallar información que no es inmediatamente perceptible.

### **Trabajo de campo**

A continuación se profundiza en el diseño específico del levantamiento de información realizado para la presente investigación. Igualmente se presenta la selección del número y el perfil de los participantes y se caracteriza el instrumento de recolección utilizado.

### **Diseño del Trabajo de campo**

El ejercicio de investigación inició con la selección de diez individuos que fueron entrevistados en dos momentos distintos del proceso electoral: antes y después del día de elecciones. En cada uno de estos momentos interconectados se buscó identificar elementos particulares que permitieran dilucidar de mejor manera el proceso de decisión electoral de cada individuo, identificando claramente las variables que incidieron en él y el nivel de influencia de cada una en la decisión final.

La primera entrevista, antes de las elecciones, tuvo a su vez dos secciones: la primera indagó acerca del individuo y sus percepciones sobre lo que debería hacer y cómo se debería mostrar un potencial candidato a la Alcaldía Mayor de Bogotá; la segunda evaluaba si las percepciones construidas en el ejercicio anterior conllevaron a una variación de las intenciones de voto del entrevistado y las razones para hacerlo. Un aspecto fundamental tratado en esta entrevista fue la definición de las prioridades temáticas del entrevistado y en especial la valoración de la importancia otorgada a la idea de desarrollo, la cual se materializa en los temas que componen el Índice de Desarrollo Humano Urbano.

Para generar mayor confianza entre el entrevistado y el entrevistador, la primera etapa se desarrolló bajo un esquema de entrevistas en movimiento en donde el diálogo dio a partir de un



trayecto determinado por el entrevistado con el transcurrir de las preguntas. Para la segunda etapa, con el fin de analizar los mensajes de campaña y las piezas gráficas, la entrevista tuvo lugar en un lugar cerrado donde se disponía de un computador y un proyector.

La segunda entrevista, posterior a las elecciones, tenía como objetivo entender el proceso que llevó al individuo a escoger una determinada opción electoral y cuáles fueron, al final, los aspectos predominantes que llevaron a dicha decisión. Para lograr lo anterior, en principio se indagó sobre las motivaciones que condujeron a la decisión inicial, la variación en esta decisión en el transcurso de la campaña, las razones que pudieron incidir en un posible cambio de la misma, la decisión definitiva y la incidencia que en ésta tuvieron los temas a partir de los cuales se construyen las variables que componen el IDHU. Esta entrevista se desarrolló en un recinto cerrado utilizando una guía de referencia y recurriendo al uso de preguntas circulares para la obtención de información relevante.

### **Perfil y selección de los participantes en la investigación**

Dada la necesidad de llevar a cabo el primer momento de las entrevistas antes de las elecciones, se realizó un ejercicio de selección de perfiles que surge de un cruce entre las distintas variables sociodemográficas que caracterizan a la localidad de Teusaquillo. Aunque se reconoce que el ejercicio por ser de carácter cualitativo no tiene representatividad estadística, se buscó que en el mismo se incluyeran proporcionalmente todas las características de la población local.

Sustentado en lo anterior, y teniendo en cuenta que en lo cualitativo el tamaño de la muestra no es lo más relevante, se escogieron diez individuos con base en dos criterios definidos por la ya mencionada *Guía para la Organización de Entrevistas Semiestructuradas con Informantes Clave* del Instituto de Salud Pública de Quebec: la cantidad de puntos de vista representados en el diagnóstico y la disponibilidad de tiempo y recursos para el ejercicio. Frente al primero se consideró que con diez individuos se facilitaba la proporcionalidad entre la muestra y los datos reales; en relación al segundo criterio, dado que era muy importante entrevistar a cada individuo en un espacio de tiempo determinado y delimitado por la fecha de las elecciones y, además, era necesario garantizar su disponibilidad para la segunda entrevista, se consideró que diez entrevistas era un número suficiente, más aun cuando el tiempo total de dedicación al ejercicio por parte de cada entrevistado era mayor a dos horas.

En este sentido, para la selección de perfiles se tuvieron en cuenta los siguientes criterios tomando como fecha de referencia el año 2009 (Alcaldía Mayor, 2009):

- a. las principales ocupaciones de los habitantes de la localidad;
- b. el 53,86% de los habitantes de la localidad eran mujeres y el 46,13% hombres. Lo que hace que se decidiera escoger cinco hombres y cinco mujeres;
- c. el 81,2% de los habitantes de Teusaquillo era mayores de 18 años, de los cuales el 12,5% se encontraba entre los 18 y 24 años, el 52,9% entre los 25 y 59 años y el 15,8% eran mayores a 60 años. Esto conllevó a escoger dos personas entre los 18 – 26 años, cuatro personas entre 26 – 40 años, tres personas entre 40 – 60 años y una persona mayor de 60 años;
- d. el 81,1% de los habitantes de la localidad son de clase media, es decir, estrato 4, el 14,2% eran de clase media baja, estrato 3, y el 4,1% de clase media alta, estrato 5. Por esta razón se eligieron dos personas de estrato 3, siete personas de estrato 4 y una persona de estrato 5; y
- e. Teusaquillo cuenta con 6 Unidades de Planeamiento Zonal: Galerías, Teusaquillo, Parque Simón Bolívar, La Esmeralda, Quinta Paredes y Ciudad Salitre Oriental. Con los perfiles elegidos se cubren cinco de ellas.

A continuación se presentan los perfiles seleccionados:

**Tabla 2. Perfiles establecidos para los sujetos de investigación**

<i>Perfil</i>	<b>Género</b>	<b>Edad</b>	<b>Estrato</b>	<b>Barrio / UPZ</b>
<i>Artista</i>	Masculino	40 - 60	3	Centro Nariño
<i>Joven recién egresado</i>	Femenino	18 - 26	4	Quinta Paredes
<i>Profesional empleado de empresa particular</i>	Femenino	40 - 60	4	Rafael Núñez
<i>Profesional empleado del sector público</i>	Masculino	26 - 40	4	Chapinero Occidental
<i>Maestro</i>	Femenino	40 - 60	3	San Luis
<i>Desempleado</i>	Masculino	26 - 40	4	Gran América
<i>Joven universitario</i>	Masculino	18 - 26	4	Nicolás de Federmán
<i>Ama de casa</i>	Femenino	26 - 40	5	Salitre Oriental

<i>Pensionado</i>	Masculino	60 en adelante	4	El Recuerdo
<i>Madre soltera</i>	Femenino	26 - 40	4	Teusaquillo

Fuente: Elaboración propia.

Las personas fueron seleccionadas por el investigador con base en dos criterios adicionales: el primero, no conocerlas directamente y, el segundo, que no trabajaran en la Alcaldía Menor ni en ninguna entidad pública de carácter local. Con los seleccionados se establecieron acuerdos de confidencialidad frente al uso de los nombres y la difusión de las grabaciones de las entrevistas.

### **Definición de la guía de preguntas**

La guía de preguntas propuesta para la investigación se construyó tomando como base dos insumos fundamentales: de un lado, el esquema de variables identificado en el desarrollo teórico del presente documento y, del otro, la definición de las variables que componen el Índice de Desarrollo Humano Urbano propuesto por PNUD para Bogotá en el año 2009 y cuyos ejes temáticos son: ingreso, salud, educación movilidad y equipamiento urbano. Como la técnica de recolección de investigación a usar fue la entrevista semiestructurada, la guía presenta los temas a ser preguntados y establece un orden para hacerlo. Sin embargo, la construcción de las preguntas y la pertinencia del tema dentro de cada conversación depende de las habilidades del entrevistador quien tiene la experiencia suficiente en el manejo de la técnica seleccionada.

Como se puede ver en el anexo C, la guía de la primera entrevista aplicada se compuso de veinte temas que a su vez se subdividen en 120 subtemas; en la segunda guía se abarcaron cuatro temas que se subdividieron en quince subtemas. En la siguiente sección se profundizará en el contenido de los mismos, su sistematización y el esquema de presentación.

### **Sistematización y esquema de presentación de la información y análisis de resultados**

El proceso de sistematización y clasificación de la información se hizo partiendo de la transcripción de las más de 30 horas de grabación existentes. Para comenzar, las respuestas de los entrevistados se clasificaron dentro de los temas y subtemas establecidos para la guía de preguntas, pero debido a su extensión, se decidió hacer una posterior categorización, siguiendo algunos criterios que mejoraron la estructura y facilitaron la presentación y el análisis de los resultados obtenidos.

Para esto se tomó como base el documento titulado *Un Nuevo Modelo de Decisión Electoral: El Comportamiento Electoral en las Elecciones de 2006 en México* de Octaviano Moya Delgado, en donde se propone una interacción entre el enfoque sociológico y la elección racional que da como resultado un modelo de análisis que comprende cinco dimensiones: (i) características sociodemográficas de los electores, (ii) condiciones de competencia durante la campaña electoral, (iii) influencia de los medios de comunicación y de las campañas electorales, (iv) imagen de candidatos y partidos, (v) beneficios o utilidad del voto (Moya, 2006). Adicionalmente, dado el tipo de información recogida a partir de las preguntas realizadas durante las entrevistas, se hizo necesario agregar dos dimensiones adicionales: (vi) ejes temáticos y, (vii) determinantes de la decisión final. En el siguiente capítulo se expone la manera como estas categorías fueron utilizadas para estructurar la presentación de los resultados y facilitar el análisis de los mismos.

### **Características sociodemográficas y percepciones frente a lo cotidiano**

Presenta tanto la descripción que los entrevistados hacen de su situación sociodemográfica como las percepciones que tienen frente al barrio, la localidad y la ciudad en general. Dentro de lo que se quiso saber en esta categoría vale la pena resaltar el conocimiento y la percepción del entorno y la valoración positiva o negativa que se hace del mismo. En esta dimensión se espera que los ciudadanos sean conscientes de la localidad en la que residen, su posición socio económica, que tengan una percepción informada de la ciudad y que hayan construido una opinión propia sobre su barrio y su localidad. Esta categoría es importante en la medida que, tal y como se menciona en el marco teórico, un mayor conocimiento del entorno puede llevar a un voto más racional.

### **Ejes temáticos y preocupaciones**

Registra las necesidades y preocupaciones de los entrevistados frente a temas específicos, haciendo especial énfasis en el nivel de importancia que para sus decisiones electorales estos le otorgan a los temas que componen el Índice de Desarrollo Humano Urbano. Es importante resaltar que los temas que surgen en esta sección fueron citados espontáneamente por los ciudadanos a la hora de listar sus necesidades y preocupaciones, como es el caso de la movilidad y la seguridad. En caso tal de que alguno de los temas relevantes para la investigación no fuera mencionado por el entrevistado, se le hacía una mención directa del mismo para evaluar su opinión al respecto. Esta categoría se consideró necesaria porque permite evaluar la escala de necesidades del ciudadano y

que tan influyente es esta escala a la hora de tomar sus decisiones, es lo que desde el marco teórico se denominaba *Issue Voting* o voto temático.

### **Valoración del voto y del sistema político**

Se presentan los resultados del trabajo de campo en temas como valoración del sistema político, del sistema electoral y de la importancia dada al acto de votar y al voto como tal. Teniendo en cuenta que, como ya se mostró, el concepto de partidazgo y la confianza en el sistema político y electoral han sido fundamentales para el estudio del comportamiento del elector, fue necesario conocer la percepción de los entrevistados frente a esto y frente a la relevancia que estos le otorgan a su voto, en otras palabras, siguiendo la línea dada desde la elección racional, qué tan estratégico consideran los entrevistados su papel como votantes.

### **Influencia histórica y evaluación del desempeño**

Se presentan los hallazgos de la investigación en lo concerniente al comportamiento histórico de los votantes y a la importancia que estos le han otorgado al desempeño anterior de los candidatos en contienda. De igual manera se revisan temas como simpatía por partidos políticos, tendencias y satisfacción frente a las decisiones de voto tomadas en ocasiones anteriores. Dos elementos son fundamentales para esta categoría, por un lado, entender la importancia que tienen las fuerzas de largo plazo sobre el individuo elector y en segundo, saber qué tanta importancia se da por parte de los entrevistados al tema del voto retrospectivo mencionado en el marco teórico.

### **Expectativas y modelo de candidato**

Muestra los resultados de las entrevistas en aspectos como visualización del alcalde ideal y la valoración de los líderes que el entrevistado ubica en su mapa mental. Este componente es esencial, pues se tuvo la expectativa de obtener información que posteriormente sirviera para entender si lo que el ciudadano anhela o espera de un candidato ideal se ve reflejado en su elección. Vale la pena también observar los atributos fundamentales otorgados por el ciudadano a un gobernante y adicionalmente el nivel de importancia dado a cada uno de estos atributos. Si como se muestra en el marco teórico realmente existe un voto emotivo, se esperaría que este tenga como una de sus bases fundamentales la conexión entre elector y elegido a partir del cumplimiento de algunos de los criterios definidos por el primero.

### **Influencia de los medios de comunicación y de las campañas electorales**

Consigna los resultados de la investigación en materia de relación entre los entrevistados y medios de comunicación, así como la confianza hacia la información transmitida por estos. Igualmente, se analizó el nivel de inmersión en la campaña electoral, para lo cual se recurrió a tres aspectos: conocimiento y valoración de candidatos, conocimiento y valoración de los mensajes de campaña y, conocimiento y valoración de las piezas gráficas utilizadas. Esta dimensión fue vital para dar respuesta a la pregunta de investigación planteada en el presente documento puesto que analiza dos elementos largamente discutidos por los estudiosos del comportamiento electoral. De un lado, el papel de los medios como catalizadores y conductores de información, es decir, como intermediarios o atajos comunicacionales a través de los cuales el elector se informa para decidir; de otro lado, el papel de las campañas políticas y su incidencia en el proceso de toma de decisión electoral.

### **Determinantes de la decisión final**

Contiene los resultados del trabajo de campo en materia de intención de voto antes del momento de la elección, voto real emitido, motivadores de la decisión final, receptividad frente al resultado y un breve análisis de lo que fue la campaña desde el punto de vista de los entrevistados. Si definitivamente se entiende la decisión electoral como fruto de un proceso en el cual el ciudadano es sometido a diversas influencias, es importante conocer al final qué hace que éste se decida a votar por un candidato específico. En este componente se analizaron los cambios existentes entre los dos momentos de las entrevistas realizadas, y la riqueza de su información radica en que una vez tomada la decisión el entrevistado debería tener menos presiones para responder y su análisis podría ser más objetivo.

## **Capítulo 3: Resultados**

Una vez recogida y sistematizada la información emanada del trabajo de campo, es necesario, teniendo como base la revisión teórica realizada en el Capítulo 1, observar y analizar los resultados encontrados con el ánimo de obtener líneas que permitan dar respuesta a la pregunta de investigación planteada. En este capítulo se presenta la revisión de dichos resultados siguiendo el esquema de siete dimensiones propuesto en el capítulo metodológico. Dentro de cada dimensión se podrán encontrar evidencias directas de la información generada que recogen o representan fielmente las respuestas dadas por los entrevistados y un recuento de los resultados obtenidos. A

partir de lo anterior en el capítulo siguiente se plantea un análisis a la luz de los planteamientos teóricos abordados en el documento y de la información de contexto extraída de fuentes secundarias que se presentan en el anexo B.

A continuación se presentan los resultados y el análisis de las entrevistas a profundidad realizadas a habitantes de la localidad de Teusaquillo en el marco de las elecciones a Alcaldía Mayor celebradas en octubre de 2011<sup>3</sup>.

### **Características sociodemográficas y percepciones frente a lo cotidiano**

Para comenzar, es importante señalar que dentro de los diez participantes del trabajo investigativo ocho afirman contar con estudios universitarios completos, sin embargo, ninguno de ellos ocupa cargos directivos ya sea en el sector público o privado. Este dato es relevante en la medida en que entre los entrevistados existe una alta valoración por la preparación académica, factor que consideran influyente a la hora de respaldar una aspiración electoral y que va de la mano con la trayectoria y el análisis que desde los modelos psicosocial y de elección racional hacen los electores. Sin embargo, al preguntárseles por las carreras de los candidatos en contienda ninguno de los participantes pudo responder adecuadamente.

De igual forma, ocho personas que hacen parte del estudio afirman haber vivido por más de diez años en la localidad y sus mudanzas se han dado entre barrios relativamente cercanos, sin embargo, no se encuentran relaciones estrechas con los vecinos y tan sólo aquellos jóvenes que crecieron en el barrio que habitan hacen alusión a ellas, pero más como un asunto de la infancia. Al preguntarles por su puesto de votación, los entrevistados afirmaron estar inscritos para votar dentro de la localidad de Teusaquillo. Esta situación muestra que el entorno de los entrevistados no varía ostensiblemente entre elecciones, pero que a su vez estos no son del todo determinantes debido a que la relación con los vecinos no es lo suficientemente sólida como para influenciar una posible decisión. Un ejemplo de esto es el siguiente testimonio: *“No se conoce a los vecinos, ni a la persona que vive en la casa de al frente, nada” (Universitario, 18-26 años, masculino).*

Al observar la incidencia de lo que desde el modelo de Columbia se denominan círculos primarios y secundarios, queda en evidencia que es más fuerte la influencia de estos últimos porque

---

<sup>3</sup> Las verbalizaciones mostradas en el presente capítulo surgen del trabajo de campo realizado y son una selección del total de verbalizaciones emitidas por los entrevistados.

en ellos se dan similitudes formativas que pueden llevar a coincidencias ideológicas y posturas comunes frente a temas específicos. De acuerdo a lo expresado en las entrevistas, con excepción de uno, los participantes en la investigación viven con al menos un miembro de su núcleo familiar, sin embargo, coinciden en afirmar que sus posiciones políticas no son influenciadas por padres, hermanos o hijos, a menos que del voto se pueda extraer para ellos algún beneficio particular. Un testimonio al respecto es el siguiente: *“No, yo creo que en el tema de voto no, pues además porque en mi familia no saben mucho” (Recién egresada, 18-26 años, femenino).*

En cuanto a los amigos, estos tienen tres orígenes predominantes: el barrio, el colegio/universidad o el trabajo. Con quienes más se intercambian opiniones de corte político es con los compañeros de trabajo, ya que con ellos se comparte más tiempo y en muchos casos existen afinidades e intereses comunes que pueden llegar a influir en decisiones electorales. Por ejemplo: *“Con las personas que me relaciono tienen carreras afín, son economistas abogados o politólogos, son personas que tienen un mismo interés profesional” (Empleado sector público, 26-40 años, masculino).*

Dentro de la investigación se indagó acerca de las situaciones que afectan la cotidianidad de los entrevistados con el ánimo de saber si son relevantes para la toma de decisiones electorales, siguiendo un poco preceptos como el *issue voting* (voto temático) o los factores de tipo coyuntural a los que hace referencia el modelo de Columbia. En este sentido, se revisó con ellos la percepción sobre el barrio en el que viven, la localidad a la que éste pertenece y la ciudad como tal. De los 32 barrios que hacen parte de la Localidad de Teusaquillo, los entrevistados viven en Gran América, Rafael Núñez, Salitre Oriental, Nicolás de Federman, Teusaquillo, El Recuerdo, Divino Salvador, Centro Nariño, San Luis y Quinta Paredes. Al preguntar por aspectos positivos de estos barrios se señalan cuatro factores característicos: la tranquilidad, el carácter residencial, la cercanía y la dotación de parques y zonas verdes.

En cuanto a la identificación de preocupaciones por barrio, los entrevistados coincidieron en señalar en orden de prioridad la seguridad, el estado de las vías y la movilidad como los más relevantes. Frente a lo primero, hay varias situaciones que vale la pena señalar. En primera instancia, los lugares inseguros no necesariamente están dentro del barrio sino a sus alrededores, especialmente en las zonas límite de la localidad como la Avenida de la Caracas y Las Américas; en segundo lugar, la percepción se hace más fuerte debido a la presencia de habitantes de calle y; en tercer lugar, los habitantes de barrios cercanos al estadio manifiestan situaciones de inseguridad generadas por las denominadas “barras bravas” de los equipos de fútbol. Si bien son situaciones



muy particulares, se puede afirmar que las acciones para contrarrestarlas podrían estar fácilmente en manos de un alcalde mayor. Sobre esta situación se obtuvieron respuestas como la siguiente: *“Problemas de seguridad, problemas de atracos, a la gente le suelen robar sus celulares o sus bolsos por estas calles y en algunas horas de la noche también hay algunos indigentes o personas de la calle”*(Ama de casa, 26-40 años, femenino).

En lo que concierne al tema de vías y movilidad la percepción negativa se vio afectada en gran parte por la gran cantidad de frentes de obra abiertos para el momento de la investigación, lo que afecta uno de los atributos mejor valorados, la ubicación, que redundaba en cercanía y la facilidad para el desplazamiento. En los recorridos realizados junto con los entrevistados, era recurrente encontrar huecos y sobresaltos en las vías barriales. Dos personas mencionaron problemas de alumbrado público y basuras, pero estos no fueron recurrentes.

De acuerdo a la investigación, los entrevistados perciben a Teusaquillo como una localidad de estrato medio, con un alto número de adultos mayores, que se caracteriza por tener barrios residenciales con casas grandes y antiguas que se mezclan con zonas comerciales como Galerías y Gran Estación. Sus habitantes son catalogados como de clase media y en gran parte empleados. Uno de los entrevistados respondió: *“En la localidad viven unas personas con un nivel socioeconómico medio, no se puede hablar con un alto nivel de riqueza, pero que tiene un nivel de vida estable, la mayoría asalariados, también tienen su propio trabajo, independientes”* (Universitario, 18-26, masculino).

Un aspecto llamativo que surge del trabajo de campo tiene que ver con el bajo reconocimiento de los líderes locales e incluso con el desconocimiento del Alcalde Local, lo cual tiene especial importancia en una época electoral donde también se eligen ediles. Un testimonio al respecto es el siguiente: *“Líder del barrio no conozco a nadie como tal, es más he escuchado críticas sobre la alcalde local”* (Empleado público, 26-40, masculino).

Aunque los entrevistados afirman que los problemas de Teusaquillo no son tan graves en comparación con los de otras localidades, al igual que con los barrios hacen referencia a la seguridad, el estado de las vías y en menor medida a las basuras como los problemas fundamentales.

En contraste, con las percepciones que los entrevistados tienen frente a su barrio y su localidad, las valoraciones negativas son las primeras en aparecer cuando se interroga acerca de la situación de la ciudad. Los entrevistados consideran que tiene serios problemas en materia de

seguridad, movilidad, vías, distribución del ingreso, falta de planeación y, más que nada, corrupción. Por ejemplo: *“Como una ciudad que está al borde del caos, una ciudad muy desordenada, con muchos problemas”* (Pensionado, 60 en adelante, masculino).

Es importante recordar que el momento en el cual se llevó a cabo el trabajo de campo era un momento álgido con un alcalde recién destituido en medio de un sonoro escándalo de corrupción por cuenta de lo que posteriormente algunos medios denominaron “El Carrusel de la Contratación”. Frente al tema, uno de los comentarios fue el siguiente: *“En cierto punto las personas ya no pueden soportar que vengan más corruptos a saquear las arcas y aprovecharse de los dineros de todos para beneficios personales”* (Madre soltera, 26-40 años, femenino).

Cuando a los indagados se les pidió mencionar atributos positivos de la ciudad, estos giraron en torno a tres aspectos fundamentales: En primer lugar, cuatro de los participantes en la investigación coincidieron en definir a Bogotá como una ciudad de oportunidades donde llega gente de todas partes del país. Por ejemplo: *“Bogotá para mí, en Colombia, es la ciudad de las oportunidades”* (Empleada sector privado, 40-60 años, femenino).

El aspecto cultural y la oferta educativa son las otras dos grandes características que aparecieron en las entrevistas. Dentro de los hitos positivos que han marcado a los bogotanos sobresalen la creación de Transmilenio, la construcción de megabibliotecas y la recuperación de espacios como El Cartucho y San Victorino.

### **Ejes temáticos y preocupaciones**

Es importante recalcar que los temas acá tratados se escogieron para la investigación o porque fueron citados espontáneamente por los ciudadanos a la hora de listar sus necesidades y preocupaciones, como es el caso de la movilidad y la seguridad, o porque dada su relevancia para la investigación al ser ejes temáticos de las variables que componen el IDHU fueron preguntados directamente, tal es el caso de los temas de salud y educación. Lo que se esperaría en términos electorales, es que los temas señalados como relevantes hubieran sido tenidos en cuenta por los participantes de la investigación para hacer su elección de voto, de manera tal que eligieran a quien desde su propuesta programática apunte a solucionarlos, lo cual desde la Escuela de Michigan o desde la elección racional podría denominarse *Issue Voting*.

### **Movilidad**

En materia de movilidad son varias las preocupaciones identificadas, incluso se podría decir que alrededor de este tema se potencializan las demás preocupaciones de los entrevistados ya que los escándalos de corrupción se han originado debido a los malos manejos en puestos públicos e incumplimientos en la Fase III de Transmilenio, y parte de la percepción de inseguridad reinante obedece al alto número de obras en construcción.

Se evidenció que el problema que más preocupaba a los entrevistados era la congestión y el aumento en los tiempos de desplazamiento, el cual se hace latente en la localidad por el cierre de vías tan importantes como la calle 26. El alto número de carros particulares también es citado constantemente por los entrevistados, quienes además consideran que la medida del pico y placa y el déficit en la oferta de transporte público en adecuadas condiciones agravan aún más la situación. El sistema de transporte público recibió muchas críticas, pues de acuerdo a las opiniones de los entrevistados Transmilenio no es suficiente y la necesidad del metro es latente, y a propósito, dos personas recuerdan ésta como la principal promesa incumplida del alcalde saliente. Una de las respuestas sobre el tema fue: “En el Transmilenio hay un problema estructural de cómo se concibió. Considero que el sistema tiene un problema, de que hay mucha demanda, y la oferta no va a mejorar si ingresan más buses, porque las estaciones son muy pequeñas” (Recién egresada, 18-26 años, femenino).

## **Seguridad**

El resultado de la investigación en lo concerniente a seguridad dejó apreciar la importancia que este problema ha adquirido para los entrevistados. Aunque un entrevistado reconoce que el fenómeno puede no ser tan grave como la percepción que se tiene del mismo, todos afirman conocer al menos un caso cercano de hurto menor. Sobre este tema, uno de los participantes expresó: “Creo que si hay un problema de seguridad grave, pero creo que es más grande la percepción de inseguridad que la inseguridad como tal” (Pensionado, 60 en adelante, masculino).

El caso más común que se mencionó a lo largo de las entrevistas fue el robo de celular, el cual no solo se presenta en las calles sino que constantemente sucede en el transporte público. Una de las participantes manifestó su preocupación con las siguientes palabras: “Me preocupa el tema del respeto por la vida, matan por celulares o por tenis, ese es el tema en seguridad que más me preocupa” (Madre soltera, 26-40 años, femenino).

Otra situación citada por los entrevistados tuvo que ver con el miedo que producen las obras y vías en construcción, sobretodo la existencia de las mallas verdes que ellos consideran que pueden servir de escondite para los delincuentes.

### **Salud**

Los entrevistados no percibieron la salud como un problema grave para la ciudad, en efecto, ninguno hizo mención a ella sin que se le haya nombrado previamente y, por el contrario, cuando se trajo a colación el tema varios manifestaron verlo más como un asunto de carácter nacional frente al cual Bogotá sale bien librado. Al respecto un participante manifestó lo siguiente: *“Digamos que Bogotá a diferencia de otras ciudades, pues por ser la mayor urbe que tiene Colombia ofrece un tema de fácil acceso a los servicios de salud” (Recién egresada, 18-26 años, femenino).*

Cuando se pidió mencionar las principales preocupaciones en la materia se nombraron continuamente la calidad del servicio en los hospitales públicos y el hecho de que la salud sea vista como negocio.

### **Educación**

Al contrario de los demás temas, las acciones gubernamentales en materia de educación fueron bien valoradas por los entrevistados. En general, todos consideraron que se han hecho esfuerzos importantes en materia de cobertura en educación básica e infraestructura. En lo concerniente a calidad los entrevistados consideraron que es el paso siguiente y que si bien hay mucho por hacer las cosas van por buen camino. Un testimonio frente al tema es el siguiente: *“Yo creo que eso es uno de los puntos fuertes que tuvieron los dos gobiernos anteriores, el de Lucho Garzón y el de Samuel Moreno en menor medida, porque se apostó mucho en la modernización de las instituciones educativas” (Maestra, 40-60 años, femenino).*

### **Equipamiento urbano**

Al igual que salud y educación, el equipamiento urbano aparece en la entrevista una vez es mencionado por el entrevistador, por lo que se puede pensar que no es un tema de alta preocupación. En este aspecto, los entrevistados coincidieron en afirmar que aún hace falta mucho en materia de facilidades para personas en situación de discapacidad y para adultos mayores. El hecho de que grandes zonas de la ciudad estén en construcción afecta también esta percepción. Los entrevistados reconocieron resultados históricos en materia de parques y recuperación del espacio público, sin embargo, responsabilizaron a la actual administración del deterioro de los mismos.

Una de las respuestas obtenidas se presenta a continuación: *“Si pienso que desde el 98 hubo mejoras en construcción de espacios públicos, la construcción de Transmilenio, la disminución de vendedores ambulantes que antes no se podía caminar por los andenes” (Madre soltera, 26-40 años, femenino).*

Frente al tema de los parques se alegaron problemas de iluminación y basuras, y respecto al espacio público se evidenció preocupación por el retorno de vendedores ambulantes.

### **Pobreza y redistribución del ingreso**

La preocupación por la pobreza y la distribución del ingreso en la localidad no es de recurrente aparición durante las entrevistas realizadas. Aunque debido a la condición económica de la localidad el tema se ve ajeno para los entrevistados. Dos participantes coincidieron en manifestar que la ciudad no garantiza condiciones dignas para los más pobres y que su crecimiento en materia de desarrollo económico no favorece por igual a todos los ciudadanos. En este tema en específico, los entrevistados consideraron que son los partidos de izquierda los más indicados para afrontarlo, reconociendo la labor que al respecto hizo el gobierno de Luis Eduardo Garzón.

De otro lado, cuando a los entrevistados se les preguntó cómo les gustaría que fuera la ciudad en el futuro, las respuestas hablan de una ciudad más amable, más humana, con menos carros particulares, con más espacios verdes y organizada que haya podido responder a sus problemas de seguridad y movilidad. Uno de los entrevistados plasmó su idea así: *“Yo quisiera una ciudad más organizada, más incluyente en acceso a oportunidades, a espacios de diversión, entretenimiento y el tema de movilidad debe mejorar en tiempo y en medios como la bicicleta” (Artista, 40-60 años, masculino).*

Cuando se les pregunta cómo será la ciudad en el futuro, las respuestas fueron más negativas y marcadas por la proliferación de automóviles y la corrupción de la clase política. Estas preguntas resultaron relevantes para la investigación en la medida en que permitieron dilucidar si existe dentro del entrevistado un modelo de ciudad a futuro y si este coincide con lo que se está viendo en la realidad.

Como se puede apreciar, los entrevistados manifestaron preocupación por algunas situaciones que afectan la ciudad, sin embargo, al preguntárseles por el conocimiento de las propuestas que frente a estos temas tienen los candidatos, el desconocimiento es total. Prueba de ello son respuestas como la siguiente: *“Del programa de gobierno la verdad poco, la verdad me voy más por lo que sé de los candidatos que por los programas” (Desempleado, 26-40 años, masculino).*

Lo que los entrevistados conocían de las propuestas de campaña se daba más por lo que transmitían los medios de comunicación o por lo que se veía en los debates televisivos, pero no se evidenció la existencia de un interés por leer la totalidad de las propuestas y comparar entre las distintas opciones existentes. Incluso, fue curioso apreciar que quienes manifiestan estar preocupados por la seguridad en la ciudad manifestaban su intención de votar por Gustavo Petro, y cuando se les preguntó la propuesta de este candidato al respecto ellos reconocieron no saber. Un ejemplo de esta situación es el siguiente testimonio: *“Sabe que no, uno no dispone de tiempo para mirar eso, uno los escucha y en las entrevistas, pero que me siente a leer propuestas no” (Empleada sector privado, 40-60 años, femenino).*

### **Valoración del voto y del sistema político**

Aunque los entrevistados expresaron confianza tanto en la democracia como en el sistema electoral, también manifestaron su decepción frente a la cultura política y al interés en estos temas por parte de la ciudadanía de la siguiente manera: *“Si, creo que la democracia es el sistema ideal, aunque Colombia no está lista para eso porque la gente no está educada para eso” (Madre soltera, 26-40 años, femenino).*

Para los entrevistados, fenómenos como la compra de votos o los posibles problemas en el conteo obedecen no tanto a fallas del sistema sino a aspectos más relacionados con la falta de educación en la materia y a la búsqueda de un beneficio particular de carácter inmediato. Ejemplo de ello es la siguiente respuesta: *“El sistema electoral funciona bien en la teoría, en la práctica digamos que nosotros como sociedad tenemos una cultura electoral de elegir a los que buscan un beneficio particular” (Universitario, 18-26 años, masculino).*

De otro lado, las percepciones de los entrevistados indicaron que el voto se hace más importante en la medida en que en la cultura colombiana es visto como un bien transable a partir del cual se pueden obtener beneficios particulares. Al respecto, uno de los entrevistados señaló: *“La gente no entiende que en el voto decide su futuro, uno dice como igual ya va a ganar no se quién” (Pensionado, 60 en adelante, masculino).*

Estos beneficios no siempre se relacionaron con dinero, entre los casos que se enumeran aparece el ayudar a amigos o familiares ya sea para conseguir un trabajo o simplemente por relación de cercanía. En este sentido, a pesar de que la valoración del voto individual como decisivo para los resultados finales es baja, existe la disposición de votar estratégicamente, para evitar el triunfo de un candidato que genere poca simpatía. Un ejemplo al respecto se cita a continuación:

*“Porque las personas tienden a entregar su voto, la gente no le presta la importancia al voto que en realidad tiene, el voto se lo dan a la persona que el amigo le dijo, vote por el que es bueno o la persona que hizo una fiesta los invitó a un evento” (Maestra, 40-60 años, femenino).*

Para cinco de los participantes de la investigación el voto es considerado un deber, una forma de elegir mejores gobernantes y en particular consideran su decisión como surgida de un acto racional que cobija aspectos señalados desde los postulados teóricos como el voto estratégico, el temático o el retrospectivo. Al contrario, los entrevistados expresaron su desconfianza por el voto de los demás y en mayor medida por aquel emitido por las personas de estratos bajos. El respecto se señaló que: *“No se mira la trayectoria del aspirante, ni de los proyectos que tiene, eso poco importa ni la gente que los rodea, entonces, en cierta medida pienso que nos merecemos los dirigentes que tenemos” (Desempleado, 26-40 años, masculino).*

### **Influencia histórica y evaluación de desempeño**

Si bien los participantes de la investigación manifestaron no militar ni ser parte activa de algún partido político, si expresaron cercanía o rechazo hacia los existentes. Algunos reconocieron su papel en el sistema democrático, pero de igual forma señalaron el descrédito y la poca relevancia en la época en la que se realizaron la entrevistas. Dentro de los partidos más reconocidos por los entrevistados se encuentran la U, Partido Verde, Conservador, Liberal, Cambio Radical, Polo Democrático, Pin y Mira, mientras que poco se mencionó al movimiento Progresista que respalda a uno de los candidatos más accionados del momento para ganar la alcaldía. Quizá, el partido que generó mayor resistencia entre los entrevistados fue el Pin, que junto con La U es acusado de prácticas corruptas y de escándalos de parapolítica.

Además de los partidos, a los participantes en la investigación también se les preguntó por la recordación que tienen de los alcaldes que han gobernado la ciudad desde que se instauró el voto popular en 1988. El único alcalde desde entonces que no fue mencionado es Juan Martín Caicedo Ferrer, quien ejerció el cargo entre 1990 y 1992. Aunque Jaime Castro fue mencionado no se conoce mucho sobre su labor, eso sí, tres entrevistados le atribuyeron el saneamiento de las finanzas distritales. Por ejemplo: *“De Jaime Castro, no recuerdo muchos cambios, reparó las finanzas” (Recién egresada, 18-26 años, femenino).*

Andrés Pastrana es recordado por la construcción de la Troncal de la Caracas y, junto con Samuel Moreno, recibió los calificativos más negativos por parte de los entrevistados, en gran parte debido

a la imagen que existe sobre esta obra. Uno de las entrevistadas mencionó al respecto lo siguiente: *“Me acuerdo de Pastrana por lo malo, fue de lo peorcito que llegó, porque se inventó el esperpento ese de la Caracas”* (Maestra, 40-60 años, femenino).

Antanas Mockus fue quizá el alcalde que mejor recordación tiene entre los ciudadanos, y durante la investigación no se dio ni una sola mención negativa a su labor en la ciudad. Dentro de los aspectos que más se recuerdan de él está la cultura ciudadana, el manejo de los recursos públicos, la implementación de la hora zanahoria y la utilización de mimos y ayudas pedagógicas para educar a la ciudadanía. Entre los recuerdos expresados en las entrevistas, cabe mencionar el siguiente: *“El tema emblemático fue la cultura ciudadana y la educación en las personas y el respeto por los recursos públicos”* (Pensionado, 60 en adelante, masculino).

Frente a Mockus vale la pena señalar que aunque un año antes fue protagonista en las elecciones presidenciales, este personaje fue visto por los entrevistados más como un expolítico y no como un actor fuerte de cara a la contienda por la Alcaldía.

La labor de Enrique Peñalosa también fu apreciada y la relación inmediata realizada que se hace para su recordación es el Transmilenio, factor que le juega a favor y en contra puesto que la creencia acerca del favorecimiento de algunos particulares con la construcción y el manejo del mismo afectan notablemente la imagen que sobre él tienen algunos. En total hubo seis entrevistados que se expresaron en este sentido. A Peñalosa se le reconoce también su inversión en infraestructura y acciones como la recuperación del espacio público, ciclo-rutas, construcción de andenes, megacolegios, bibliotecas y los bolardos. Sobre este personaje se manifestaron expresiones tales como: *“Peñalosa, me parece que con él se iniciaron cosas importantes del tema de Transmilenio, la recuperación de la malla vial. Él también inició muchas cosas como los mega colegios a nivel de educación”* (Madre soltera, 26-40 años, femenino).

En este punto es necesario resaltar que aunque Peñalosa fuere candidato a la alcaldía al momento del presente trabajo, una cosa es la imagen que se tiene de él como ex-alcalde y otra la que se tiene como candidato, lo que pone en tela de juicio el voto retrospectivo como elemento estratégico en una decisión electoral frente a la influencia de la información que llega desde los medios de comunicación. Por ejemplo, uno de los entrevistado señala: *“También hubo un manejo poco transparente en la adjudicación del tema de la construcción de la Caracas”* (Universitario, 18-26 años, masculino).



A Luis Eduardo Garzón se le reconoció ampliamente su enfoque social, en especial la creación de los comedores comunitarios y sus lemas “Bogotá sin Hambre” y “Bogotá sin Indiferencia”: *“De Lucho comedores comunitarios” (Ama de casa, 26-40 años, femenino).*

De igual manera, se mencionó a Garzón como impulsor de la educación y de la construcción de colegios públicos. Aunque no hay juicios muy fuertes sobre su gestión dos entrevistados coinciden en acusarlo por haber permitido el regreso de los vendedores ambulantes y de no ser una persona lo suficientemente preparada desde el punto de vista académico.

La imagen que tienen los entrevistados sobre Samuel Moreno como alcalde de Bogotá es bastante negativa. Sobre él se obtuvieron expresiones como la que sigue: *“Samuel definitivamente es el peor alcalde que ha tenido la ciudad en la historia” (Desempleado, 26-40 años, masculino).*

El tema recurrente fue el de los escándalos por el Carrusel de la Contratación, pero también se le acusó de no haber sido capaz de administrar la ciudad ni de haber cumplido su principal promesa de campaña, la construcción del metro. En las diferentes entrevistas no hubo comentarios positivos acerca de la gestión del exalcalde quien para el momento del trabajo de campo había sido destituido y reemplazado por Clara López, de quien tampoco se hace ninguna mención. Uno de los comentarios surgidos es: *“De Samuel me acuerdo de su campaña y de su desastre de administración al no haber terminado las obras y pues está en la cárcel y su corrupción, pero lo que más recuerdo fue su promesa del metro de Bogotá” (Empleado público, 26-40 años, masculino)*

Al preguntársele a los participantes por las razones que los llevaron a tomar su decisión de voto en las últimas votaciones tanto para Alcalde como para Presidente de la República se evidencian las siguientes situaciones: (i) quienes afirmaron haber votado por Samuel Moreno inmediatamente expresaron su arrepentimiento por haberlo hecho y justificaron su decisión en el partido político y en haber creído la promesa del metro para la ciudad; (ii) es muy común que se hayan dado votaciones estratégicas para evitar que ganara el otro candidato y no por convicción acerca de quien fue elegido; (iii) ninguno de los entrevistados afirmó haber votado por Juan Manuel Santos para Presidente; (iv) entre más cercana es la jurisdicción de la elección, más aparecen decisiones por políticos conocidos o conocidos por conocidos; (v) no existió una coherencia partidista en las votaciones realizadas en el tiempo, sin embargo, quienes manifestaron haber votado por Mockus para alcalde también votaron por él para la Presidencia.

### **Expectativas y modelo de candidato**

A los participantes de la investigación se les pidió describir los atributos de lo que ellos considerarían un alcalde ideal. Dentro de lo mencionado se destacó la honestidad, la visión de ciudad, conocimiento, trayectoria, capacidad gerencial y el equipo de trabajo. Una de las expectativas manifestadas fue: *“Que tuviera la honradez de Petro, la visión de Peñalosa -la visión no la ejecución-, la educación y como esa parte que tiene Mockus, la cultura ciudadana y la juventud de Galán y el entusiasmo que tiene este chino” (Maestra, 40-60 años, femenino).*

La honestidad fue el atributo más mencionado y es de subrayar que el candidato con que más se relaciona fue Gustavo Petro, a quien se le atribuyó haber destapado los escándalos de contratación de la administración distrital. Uno de los entrevistados sustentó su apoyo así: *“Un tipo decente al que se le crea, respaldo por personas decentes” (Universitario, 18-26 años, masculino).*

Frente a la visión de ciudad, los entrevistados manifestaron preferir un alcalde con visión de largo plazo y no a uno que se dedique a solucionar problemas coyunturales se dedique a arreglar situaciones estructurales. Sin embargo, al indagar por cuál debería ser esa visión no hay claridad entre quienes responden. Una respuesta al respecto fue: *“Debería tener clara la perspectiva de ciudad que quiere en términos de amabilidad de la ciudad, lo que se quiere en movilidad, espacio público y el tema de desarrollo productivo” (Recién egresada, 18-26 años, femenino).*

El conocimiento esperaban los entrevistados del alcalde ideal era no sólo de la ciudad, sino también del sector público, lo cual según ellos se demuestra con una trayectoria comprobada. *“Debe ser una persona que tenga conocimiento de la administración pública” (Empleado público, 26-40 años, masculino).*

En varias ocasiones surgió el tema de los asesores y el equipo de trabajo como un aspecto fundamental para sacar adelante la ciudad que debe ser liderada por un Alcalde con grandes capacidades gerenciales. Entre las cualidades deseadas se mencionó: *“Definitivamente alguien que sea honesto, que no deba favores políticos, que quiera a la ciudad, que la conozca, que sepa cuáles son sus problemas y que esté bien rodeado, definitivamente el éxito de un gobernante es quién lo acompaña en su mandato” (Desempleado, 26-40 años, masculino).*

Evidentemente dentro de los atributos que delinearían al candidato ideal hay algunos que pesan más que otros y quizá el más influyente de todos para el ejercicio realizado fue la honestidad, el cual se refuerza si se acompaña de elementos como la experiencia y el conocimiento. Por ejemplo: *“Pues haber demostrado con hechos pasados y presentes que sabe cuáles son los problemas de Bogotá” (Desempleado, 26-40 años, masculino).*

### **Influencia de los medios de comunicación y las campañas del candidato**

Sin duda el medio de comunicación más utilizado por los entrevistados para informarse fue la televisión, aunque los entrevistados con edades entre 18 y 40 años afirmaron acceder a información a través de internet y en especial a redes sociales como Twitter, que para ellos tiene mayor credibilidad para noticias y asuntos electorales que Facebook más relacionado con entretenimiento. Los jóvenes también se mostraron más abiertos a ver canales internacionales como FOX, Warner y ESPN. Los profesionales jóvenes afirmaron informarse a través de las páginas web de los periódicos y revistas, entre los que se menciona El Tiempo, El Espectador y Semana. No hubo muchas alusiones a la radio, sin embargo, emisoras como Caracol y la W fueron mencionadas.

Tal como se cita en la siguiente afirmación, la mayor parte de los entrevistados afirma preferir y confiar más en CityTV y los noticieros del Canal Uno: *“City TV por la cercanía con Bogotá, que me hablan de lo que más me interesa” (Ama de casa, 26-40 años, femenino). “Depende del noticiero, el del Canal Uno tiene para mi toda la credibilidad porque ha sido un noticiero que ha hecho oposición durante el gobierno de Uribe” (Pensionado, 60 en adelante, masculino).*

Aunque en general se evidenció desconfianza hacia la información emitida por todos los medios, esta situación se hizo más evidente con los noticieros de los canales privados, siendo RCN el peor calificado: *“Le creo menos a RCN, es demasiado amarillista, cogen un tema y le dan y le dan, es demasiado sensacionalista” (Madre soltera, 26-40 años, femenino).*

A lo largo de la investigación en distintos momentos de las entrevistas los participantes afirmaron que a través de los medios es que se conoce tanto a los candidatos como las propuestas de campaña, y por esta razón se le dieron gran importancia a los debates televisados.

Dentro de los candidatos a la Alcaldía de Bogotá identificados por los entrevistados se encontraron Gustavo Petro, Enrique Peñalosa, Carlos Fernando Galán, Gina Parody (quien se había aliado con Antanas Mockus), Jaime Castro, David Luna y Aurelio Suárez. A Gustavo Petro se le reconocen dos características fundamentales como su inteligencia y su honestidad, cualidades que se le atribuyen a partir de los debates dados en el Congreso y del destape del denominado “Carrusel de la Contratación”; su principal debilidad para muchos es el haber hecho parte de un grupo guerrillero. Uno de los testimonios más representativos en relación a la opinión sobre este personaje fue el siguiente: *“Petro es un hombre sumamente inteligente, pero creo que hizo una buena labor en el Congreso, denunció muchas cosas, me gusta la perspectiva que tiene sobre algunos temas, pero me parece que por*

*su tendencia es un hombre que viene de la izquierda y armó su movimiento por discusiones y desacuerdos que tuvo con el Polo, es muy populista” (Recién graduada, 18-26 años, femenino).*

A Enrique Peñalosa se le reconoció la gestión desarrollada durante la alcaldía de Bogotá, sin embargo, se le achacaron dos problemas: en primer lugar los rumores de favorecimientos a particulares durante su administración y, en segundo lugar el apoyo de Uribe durante la contienda electoral: *“Me parece que Peñalosa tuvo en su momento una visión clara de la ciudad, se inclinó por los temas de infraestructura, movilidad no solo en la parte vial sino en acueducto, pero personalmente, no me gusta su cercanía con Uribe, porque creo que eso le va a impedir hacer una administración independiente” (Empleada sector privado, 40-60 años, femenino).*

Carlos Fernando Galán gozó de una buena imagen dentro de los entrevistados, pero su juventud lo hace ver como un candidato sin experiencia que es más un proyecto a futuro: *“Carlos Fernando a pesar de ser una persona joven, su paso por el Concejo de Bogotá le permitió una cercanía a los problemas de la ciudad, me parece una persona honesta, tiene la perspectiva de ciertos temas claves” (Ama de casa, 40-60 años, femenino).*

Gina Parody tuvo fuerza como candidata y su discurso antipolítico encontró más seguidores que detractores. Los electores la apreciaron como una persona preparada, sin embargo, de acuerdo a las entrevistas, ni siquiera el apoyo de Antanas Mockus a su candidatura la hacen favorita para ganar.

Quienes conocen a David Luna lo recuerdan como un buen concejal y un político honesto, sin embargo consideran que aún no tiene el bagaje suficiente para ser alcalde de la capital. Sobre él se mencionó lo siguiente: *“David Luna buen candidato, pero no me ha logrado convencer” (Recién egresada, 18-26 años, femenino).*

Finalmente, Aurelio Suárez no tuvo mucho eco entre los entrevistados y definitivamente ser del partido de Samuel Moreno le generó mucha resistencia. Al respecto se afirmó: *“¿Por quién no votaría nunca? Por cualquiera del polo, han demostrado que no son personas confiables” (Empleado público, 26-40 años, masculino).*

Un hallazgo interesante frente a lo anterior tiene que ver con el hecho de que los participantes de la investigación apreciaron la contienda por la Alcaldía Mayor como una contienda entre candidatos honestos, y al haber sido Peñalosa objeto de algunas acusaciones en este sentido pierde favoritismo frente a Petro, quien fue su principal contendor. En cuanto a los demás, Petro encontró un diferenciador importante que le hizo tomar ventaja, pues fue percibido como un

candidato con experiencia, por lo cual se convirtió en el talón de Aquiles de Galán, Parody y Luna, quienes a pesar de tener una trayectoria son vistos como jóvenes e inexpertos.

Tan solo dos eslóganes de campaña fueron recordados por algunos de los entrevistados durante la campaña a la Alcaldía: “Bogotá Humana Ya” de Gustavo Petro, y “Llegó el Futuro” de Carlos Fernando Galán. Los participantes en la investigación recordaron algunas cuñas radiales y una que otra imagen, pero no distinguieron las piezas gráficas de las campañas. Ni siquiera se pudo observar relación de color con los candidatos ni identificación entre el candidato y su partido o movimiento político.

Quienes manifestaron conocer o recordar alguna tuvieron familiares o amigos en las campañas o han ayudado de algún modo en alguna de ellas. Como ya se mencionó, la imagen de los candidatos se construyó más a partir de lo que apareció en los medios de comunicación y lo que comunicaron de ellos los noticieros, analistas y redes sociales.

### **Determinantes de la decisión final**

Los favoritos para ganar la contienda electoral, de acuerdo a lo expresado por los entrevistados, fueron Gustavo Petro y Enrique Peñalosa. La percepción fue que en igualdad de condiciones Petro sería el ganador pero la maquinaria que apoyaba a Enrique Peñalosa hizo que los resultados no estuvieran del todo definidos: *“Yo siento que Peñalosa porque tiene una maquinaria política importante, muy fuerte” (Universitario, 18-26 años, masculino).*

En el caso del ejercicio de campo realizado, antes de votar, los entrevistados prefirieron a Petro, Galán y Parody. Peñalosa no tuvo mayor respaldo y quienes no habían tomado aún su decisión simpatizaban más con las políticas de Gustavo Petro. Ejemplo de lo anterior es la siguiente afirmación: *“Por Petro porque tiene una trayectoria importante, por el carácter, siento que es valiente que no le da miedo denunciar algo que está mal” (Universitario, 18-26 años, masculino).*

Galán tuvo un alto grado de preferencia, sin embargo, quienes expresaron simpatía por él se vieron dubitativos frente a dos aspectos: su juventud y la poca diferenciación frente a candidatos como David Luna y Gina Parody, lo que se expresó de la siguiente forma: *“Hay dos cosas para votar por Galán, primero me agrada y la cercanía con lo que ha hecho en el Concejo” (Desempleado, 26-40 años, masculino).*

En línea con lo anterior se pudo observar que un alto número de entrevistados no tenía una decisión definitiva y, aunque tenían ciertas preferencias, esperaron hasta último momento para decidir. Ejemplo de esto fueron expresiones como la que sigue: “*De todos estos candidatos, no sé, es que no los conozco, por pereza puede ser*” (Madre soltera, 26-40 años, femenino).

Muchos de los entrevistados sustentan su elección en el desempeño de los candidatos en los debates y en este sentido, Gina Parody y Gustavo Petro generan los mejores comentarios. Adicionalmente, el hecho de que Parody sea la única mujer en contienda generó una valoración positiva tanto en hombres como en mujeres. Sobre la candidata en mención hubieron comentarios como el siguiente: “*Si, por Gina Parodi, me convenció realmente el debate que hubo en City TV el jueves por la noche, me pareció que fue la que respondió mejor, de los tres que estaban ahí es como la menos untada*” (Empleada sector privado, 40-60 años, femenino).

La tabla que a continuación se presenta, resumen la intención de voto y el nivel de convencimiento de los entrevistados.

**Tabla 3. Intención de voto antes de elecciones**

<i>Sujeto</i>	<i>Sexo</i>	<i>Intención de voto</i>	<i>Nivel de convencimiento</i> <sup>4</sup>
<i>Artista</i>	Hombre	Nadie	2 (Simpatía por Petro)
<i>Recién egresada</i>	Mujer	Carlos Galán	4
<i>Empleada privado</i>	Mujer	Gina Parody	5
<i>Empleado público</i>	Hombre	Enrique Peñalosa	4
<i>Maestra</i>	Mujer	Gustavo Petro	5
<i>Desempleado</i>	Hombre	Carlos Galán	5
<i>Universitario</i>	Hombre	Nadie	3 (Simpatía por Petro)
<i>Ama de casa</i>	Mujer	Gina Parody	3
<i>Pensionado</i>	Hombre	Gustavo Petro	5
<i>Madre soltera</i>	Mujer	Nadie	2 (Simpatía por Peñalosa)

Fuente: Elaboración propia.

Las entrevistas realizadas después de las elecciones tenían como fin principal conocer las decisiones de voto de los entrevistados y las razones que las motivaron. En este sentido, los resultados muestran que Gustavo Petro mantuvo los adeptos iniciales y obtuvo apoyo por parte de

<sup>4</sup> Escala de 1 – 5 donde uno es muy poco y 5 es muy convencido. La calificación se le preguntó directamente al entrevistado.

las personas que se encontraban indecisas en el primer momento del ejercicio. Por su parte, Carlos Galán mantuvo los mismos votos en el resultado final, aunque el elector fue distinto, caso similar a Peñalosa cuyo único potencial elector cambió su decisión. El propósito de este segundo momento era contrastar la intención antes del día elecciones con la decisión final.

**Tabla 4. Voto final (emitido después de elecciones)**

<i>Sujeto</i>	<b>Sexo</b>	<b>Voto final</b>	<b>Razón de la decisión (Verbalización)</b>
<i>Artista</i>	Hombre	Gustavo Petro	“Apoya el arte”
<i>Recién egresada</i>	Mujer	Gina Parody	“Gina tomó fuerza y es mujer”
<i>Empleada privado</i>	Mujer	Gina Parody	“Gina es mujer y estuvo bien en los debates”
<i>Empleado público</i>	Hombre	Carlos Galán	“Peñalosa me desanimó, para apoyar la juventud”
<i>Maestra</i>	Mujer	Gustavo Petro	“Petro es el de los profesores”
<i>Desempleado</i>	Hombre	Enrique Peñalosa	“Para que Petro no ganara”
<i>Universitario</i>	Hombre	Gustavo Petro	“El único que se preocupa por lo social”
<i>Ama de casa</i>	Mujer	Enrique Peñalosa	“Gina es mujer, Peñalosa es mejor”
<i>Pensionado</i>	Hombre	Gustavo Petro	“El único con pantalones y sé que no roba”
<i>Madre soltera</i>	Mujer	Carlos Galán	“Mi novio trabaja con un candidato de Galán”

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a lo observado en la tabla anterior, los sujetos que votaron por Gustavo Petro lo hicieron porque éste apoya grupos de interés, porque hay una relación entre el candidato y su accionar o porque toman como base su desempeño político y la imagen que ha reforzado en campaña. El voto por Peñalosa, por el contrario, fue un voto estratégico, pero no existió en los entrevistados un pleno convencimiento respecto al candidato. En cuanto a Galán, los entrevistados lo votaron basados en la emotividad, por apoyarlo de cara al futuro (esperanza) o porque se conoce alguien que trabaja con él (cercanía). Finalmente, el voto por Gina Parody lo dieron mujeres apoyando su condición de mujer.

Aunque claramente no hubo correspondencia estadística con los resultados del trabajo de campo, es interesante revisar los resultados reales de las elecciones. Gustavo Petro fue el ganador con un total de 723.157 votos correspondientes al 32,22% de la votación total, en segundo lugar Enrique Peñalosa obtuvo 560.590 votos que correspondieron al 24,98%, la tercera posición fue para Gina Parody con 376.154 votos que representó el 16,76% y Carlos Fernando Galán alcanzó la cuarta colocación con 285.263 votos que significaron el 12,71% del total. Es importante resaltar

que así como sucedió en la realidad en el trabajo de campo el ganador de la elección fue Gustavo Petro y los cuatro primeros lugares correspondieron a Petro, Peñalosa, Parody y Galán.

La elección de Gustavo Petro como nuevo alcalde de Bogotá fue recibida con agrado por la mayor parte de los participantes en la investigación. Todos lo perciben como una persona honesta y cuya llegada puede ayudar a solucionar los problemas relacionados con el cartel de la contratación. Su otro punto a favor es que dada la mala evaluación que hicieron los entrevistados sobre la gestión de Samuel Moreno, su línea de partida es muy baja por lo que cualquier acción le servirá para ganar popularidad. Los dos argumentos manifestados por quienes desaprueban la llegada del nuevo mandatario están relacionados con su pasado guerrillero y con la creencia de que Petro ve en la Alcaldía de Bogotá una plataforma para alcanzar lo que ellos consideran que es su verdadero objetivo: la Presidencia de la República.

Antes de finalizar la segunda entrevista, se le pidió a cada participante que hiciera un balance de la campaña electoral que acababa de transcurrir, frente a lo cual todos coincidieron en afirmar que ésta fue transparente y que los resultados son el reflejo de la decisión de la ciudadanía. Ninguno cuestionó la validez de los resultados y no se culpó a ningún candidato de haber utilizado maniobras ilegales para alcanzarlos. En términos generales, las expresiones al respecto fueron similares a la siguiente: *"En general la campaña pareció limpia, mire usted, ganó Petro"* (Pensionado, 60 en adelante, masculino).

No pasa lo mismo con las elecciones a cuerpos colegiados, las cuales de acuerdo a lo expresado en las entrevistas son más susceptibles de ser permeadas por prácticas desleales. Por ejemplo, uno de los participantes manifestó: *"Todo esto que usted me pregunta y todo su interés para que al final qué, nada va a cambiar, sólo ganan los cercanos al ganador"* (Artista, 40-60 años, masculino).

#### **Capítulo 4: Análisis de Resultados**

Con el ánimo de contrastar los resultados del trabajo de campo con los planteamientos presentados desde el marco teórico, en el presente capítulo se analizó, en primer lugar, la correspondencia existente entre estos y, posteriormente, su incidencia en la toma de la decisión final de voto. Nuevamente es necesario aclarar que los resultados del ejercicio investigativo no son



concluyentes en términos colectivos sino que se limitan a ilustrar el proceso de decisión de cada uno de los individuos participantes en la investigación.

Para comenzar, es interesante observar cómo las valoraciones y percepciones que los ciudadanos hacen de su entorno se van volviendo más negativas en la medida en que se amplía el área de análisis, es decir, cuando se pasa de preguntar por el barrio a preguntar por la ciudad. En este sentido, en caso de ser tomada en cuenta como variable para una decisión electoral para Alcaldía Mayor, seguramente sería la ciudad la que preocuparía al entrevistado, lo cual coincidiría con el modelo de elección racional al reafirmar que en algunos casos el elector sobrepone el interés colectivo sobre el particular. Al respecto sería necesario preguntarse si en el agregado este aspecto es relevante y, además, si las preocupaciones de ciudad son a largo plazo o responden más a situaciones coyunturales.

Frente a lo anterior vale la pena señalar dos cosas: el modelo de ciudad que estuvo presente en la cabeza de los participantes de esta investigación está más relacionado con equipamiento y movilidad que con una mejor prestación de servicios de tipo social, lo que hace que se dejen aspectos como el ingreso, la salud y la educación por fuera del horizonte. Sin embargo, esta visión de modelo de ciudad no hizo parte de las preocupaciones espontáneas señaladas en párrafos anteriores, en donde los problemas que se mencionan para esos temas específicos son en su mayoría de carácter inmediato. De otro lado, las respuestas frente a la expectativa de futuro real fueron bastante negativas e hicieron énfasis en la corrupción de la clase política, hecho llamativo si se tiene en cuenta que precisamente a través de una mejor cultura electoral podrían elegirse mejores representantes y castigarse con el no voto a aquellos que lo hayan hecho mal.

A pesar de que en general los entrevistados manifestaron insatisfacción frente a la situación de la ciudad, el desconocimiento de las propuestas y la confianza manifiesta en la información proveniente de los medios de comunicación fue de enorme importancia para el análisis del presente documento de investigación, pues hace evidente el debate existente históricamente sobre la incidencia de los medios de comunicación y de los denominados atajos cognitivos en la decisión final del elector, en donde este último por falta de tiempo o simplemente de voluntad se informa de los planteamientos de los candidatos a través de intermediarios que le hacen más fácil la tarea pero que inciden directamente en una determinada decisión.

De otro lado, es interesante observar que los entrevistados consideraron que para los ciudadanos es más importante acudir a votar cuando hay algún interés en juego, es decir, en la medida en que exista una simpatía, un compromiso o un lazo afectivo con algún candidato, la asistencia a la urna se hace prioritaria e incluso hace que se invite a personas cercanas a acudir a votar. Este aspecto, muy relacionado con la emotividad y la cercanía, valida algunos de los planteamientos hechos por las escuelas de Columbia y de Michigan.

A propósito, frente a esta última escuela, la poca identificación de los entrevistados con los partidos políticos existentes en el país hace pensar que el concepto de partidazgo que es base del modelo psicosocial de comportamiento electoral no tiene relevancia para el caso estudiado, aunque si el análisis va más allá del partido como institución y apunta a ideologías o visiones políticas, se podría evidenciar en los entrevistados cierta simpatía hacia propuestas alternativas en detrimento de los partidos políticos tradicionales.

Los entrevistados tuvieron un recuerdo de las votaciones realizadas bastante difuso, lo cual explicó el que no existieran procesos de reflexión posterior al voto ni que se mantuviera un vínculo de control hacia el candidato ganador. Se podría afirmar que para los entrevistados el acto de votar termina en la urna, el comportamiento posterior del candidato elegido no está relacionado y en pocos casos se usará como insumo para decisiones electorales posteriores. En pocas palabras, la figura del voto retrospectivo planteada por la elección racional no tiene asidero dentro de los participantes de la investigación.

De acuerdo a lo observado durante las entrevistas, el perfil del candidato es fundamental para la toma de la decisión electoral. Lo importante entonces es saber cómo o a través de qué fuentes los electores construyen dicho perfil y nuevamente acá entran a jugar un papel preponderante los medios de comunicación. Si se hace un análisis desde los modelos teóricos, en este aspecto los entrevistados se mostraron como electores racionales que hicieron una evaluación consciente de las alternativas existentes, eso sí, es necesario tener en cuenta que es principalmente a través de los medios que ellos construyeron la imagen de los candidatos.

Esta influencia de los medios de comunicación adquiere relevancia en la medida en que ha sido estudiada tanto por las escuelas de Columbia y Michigan, así como por el modelo de elección racional que entiende los medios como intermediarios entre el candidato y el votante. Las tres

escuelas coinciden al afirmar que efectivamente los medios de comunicación juegan un papel fundamental en materia electoral ya que ellos son los catalizadores de información entre las partes involucradas en la contienda y, en este sentido, de ellos depende el tinte y la frecuencia de los mensajes transmitidos.

Aunque no se expresó verbalmente por parte de los entrevistados existe un componente emotivo de disposición o prevención hacia los candidatos que determina desde lo no verbal la actitud frente a la elección y que, aunque no es definitivo, si debe ser tenido en cuenta ya que influye en la percepción que el individuo se construye acerca de las distintas opciones. Esta relación de emotividad hace que el candidato sea percibido como un ser cercano y gracias a esto se suavizan los defectos y se potencializan las virtudes del mismo.

En concordancia con lo anterior y de acuerdo a los resultados de la investigación, el análisis sobre la incidencia que puedan tener las campañas electorales coincide con lo que en su momento se discutió desde la Escuela de Columbia en el sentido que estas no juegan un papel trascendental en la consecución de nuevos votos ni en la captura de voto disperso, esta tarea corresponde más a los medios de comunicación. Las campañas en últimas sirven para fidelizar al simpatizante y para generar un ruido que posteriormente pueda ser canalizado a través de medios o redes sociales.

En lo que tiene que ver las campañas, estas juegan un papel parecido al de las campañas, pues si bien aún no generan grandes cantidades de nuevos votantes, si pueden hacer el ruido suficiente para un considerable cubrimiento mediático y además son ideales para transmitir mensajes y para generar entre quienes se vinculan sentimientos de pertenencia y emotividad que a la postre juegan un papel fundamental entre los individuos inmersos en ellas.

Al revisar las decisiones finales de voto expresadas por los entrevistados es posible confirmar la preponderancia de la emotividad, pues se observó cómo cinco de éstas correspondieron principalmente a votos emotivos que se construyeron a partir de la identificación o cercanía con el candidato, dos correspondieron a posiciones de tipo ideológico, dos a decisiones de carácter estratégico y una enfocada en los atributos del elegido.

Con el ánimo de analizar la coherencia del elector y su consistencia con el voto, se tomó la principal preocupación en términos de desarrollo de cada uno de los entrevistados, a ésta se le

relacionó con el candidato que desde su mensaje hiciera mayor énfasis en el tema y se contrastó con el voto final emitido.

**Tabla 5. Coherencia del voto final**

<i>Participante</i>	<b>Principal preocupación</b>	<b>Propuesta más cercana</b>	<b>Voto</b>
<i>Artista</i>	Movilidad y equipamiento	Enrique Peñalosa	Gustavo Petro
<i>Recién egresado</i>	Seguridad	Carlos Galán	Gina Parody
<i>Empleado sector privado</i>	Seguridad	Carlos Galán	Gina Parody
<i>Empleado sector público</i>	Movilidad y equipamiento	Enrique Peñalosa	Carlos Galán
<i>Maestro</i>	Movilidad y equipamiento	Enrique Peñalosa	Gustavo Petro
<i>Desempleado</i>	Corrupción	Gustavo Petro	Enrique Peñalosa
<i>Universitario</i>	Movilidad y equipamiento	Enrique Peñalosa	Gustavo Petro
<i>Ama de casa</i>	Movilidad y equipamiento	Enrique Peñalosa	Enrique Peñalosa
<i>Pensionado</i>	Corrupción	Gustavo Petro	Gustavo Petro
<i>Madre soltera</i>	Movilidad y equipamiento	Enrique Peñalosa	Carlos Galán

Fuente: Elaboración propia

Como resultado se puede observar que para 6 de los 10 entrevistados la principal preocupación emitida está relacionada con movilidad y equipamiento urbano, aspecto en el cual Enrique Peñalosa hacía más énfasis, sin embargo, tan sólo una de estas personas votó por él, mientras que 3 se decidieron por Gustavo Petro cuya propuesta estaba enfocada en acciones de carácter social. Este ejercicio permite mostrar cómo para los participantes en la investigación, la coherencia entre las necesidades identificadas y el candidato escogido no es determinante por lo que se concluye que en su decisión entraron a jugar aspectos distintos relacionados con temas ya mencionados como la identidad o la emotividad.

## Conclusiones

Hasta el momento el trabajo se ha centrado en consolidar los insumos teóricos existentes en materia de comportamiento electoral y en constatar su relevancia en el marco específico de las elecciones a Alcaldía Mayor de octubre de 2011 en la Localidad de Teusaquillo. En este capítulo se presentan las conclusiones correspondientes a la relación existente entre marco teórico y caso de estudio. Posteriormente, se procede a analizar la importancia del concepto de desarrollo en el

individuo elector a partir de los resultados arrojados desde el trabajo de campo en cuanto a la relevancia dada por este a sus temas constitutivos y, finalmente, se intenta dar respuesta a la pregunta de investigación planteada.

Lo primero que hay que decir es que con la aparición de las nuevas Tecnologías de la Comunicación y la Información, los planteamientos de las escuelas teóricas tradicionales han sufrido un proceso de transformación que ha hecho que algunos de sus elementos sean revalidados, otros redefinidos y otros simplemente relegados. Como se pudo observar no necesariamente el que una determinada variable pierda validez por un tiempo quiere decir que esta tenga que descartarse en análisis posteriores.

Este es el caso, por ejemplo, de la Escuela de Columbia, cuyos planteamientos giran alrededor del concepto de redes y su influencia en las decisiones de voto individuales. En principio estas redes fueron catalogadas como primarias o secundarias, siendo las primarias las familiares o laborales y las secundarias aquellas de pertenencia voluntaria. Este concepto fue bastante criticado durante los años 60s y 70s, pero volvió a adquirir validez posteriormente con un replanteamiento que demostraba que la influencia de las redes en la decisión de voto dependía más de la fuerza del vínculo existente con el individuo. En el nuevo siglo, las redes han adquirido una importancia estratégica debido al auge de Internet y la evolución a redes sociales virtuales como Facebook o Twitter, las cuales son cada vez más utilizadas en épocas electorales.

De igual manera, dependiendo de la importancia y el alcance en términos jurisdiccionales y de poder de cada elección, entran a jugar distintos elementos que transforman las dinámicas decisorias. Esto quiere decir, que no es el mismo proceso el que atraviesa un elector para decidir el voto por una persona que se postula para un cuerpo colegiado de carácter local que el proceso que lleva a cabo el mismo elector para la elección del Presidente de la República. Al respecto, una conclusión que se puede extraer de este trabajo investigativo es que entre menos cercana es la elección, en lo concerniente al ámbito de acción del elegido, más importancia adquieren las influencias comunicacionales, mientras que entre mayor cercanía la emotividad puede jugar un papel más preponderante. Un ejemplo de esto es la siguiente expresión de uno de los entrevistados: *“Uno puede conocer el Edil, pero al Alcalde no se tiene acceso, lo ve por televisión” (Pensionado, 60 en adelante, masculino).*

Al respecto, los resultados del trabajo de campo permiten observar que, en efecto, aunque las redes familiares ejercen cada vez menor influencia en el voto, aquellas redes de pertenencia voluntaria juegan un papel preponderante<sup>5</sup>. Esto explica situaciones como los votos emitidos hacia candidatos pertenecientes a grupos religiosos o a organizaciones como sindicatos y grupos cívicos. De igual forma, los círculos laborales parecen tener también una marcada influencia ya que es con estos con quien se comparten más opiniones de tipo político y de interés colectivo. Se podría hablar entonces de una mayor incidencia sobre el voto de aquellas redes en las que se decide participar y no de aquellas que vienen dadas naturalmente. Este concepto de redes de pertenencia voluntaria adquiere mayor relevancia en la actualidad cuando las relaciones sociales ya no están delimitadas por la cercanía física o geográfica y las redes virtuales cobran mayor auge ejerciendo influencia en las decisiones electorales.

En lo que respecta a la Escuela de Michigan, su esquema argumentativo gira en torno a la idea de partidazgo, la cual está, como se ve en el capítulo teórico, determinada además por dos factores: unas fuerzas de largo plazo que tienen que ver con la herencia, la filiación política y la costumbre y; unas fuerzas de corto plazo frente a las cuales se espera una respuesta coherente con los planteamientos del partido apoyado. Esta escuela tuvo una mayor receptividad en escenarios académicos, aunque con el tiempo se le dio mayor prioridad a las respuestas de los partidos frente a situaciones coyunturales y a la forma como las bases ideológicas sirven para sentar una posición frente a las denominadas fuerzas de corto plazo.

Con base en lo anterior, el estudio de campo permite observar que aunque en el momento de las entrevistas entre los entrevistados existía una cultura política partidista<sup>6</sup>, si hubo una diferenciación de tendencias y una identificación con alguna de ellas, siendo más marcada y fidelizada entre quienes se consideran de izquierda. La importancia otorgada por los entrevistados a aspectos coyunturales y rasgos del candidato fue tan alta que conllevó incluso a que se votara por tendencias opuestas para cargos distintos donde el común denominador no es el aspecto ideológico sino características como honestidad y capacidad de liderazgo. Eso sí, hubo posiciones frente a temas específicos que fueron relacionadas con corrientes políticas y que pudieron ser

---

<sup>5</sup> Ver Características sociodemográficas y percepciones frente a lo cotidiano, p.30.

<sup>6</sup> Ver Influencia histórica y evaluación del desempeño, p. 31.

determinantes a la hora de tomar una decisión electoral, siempre y cuando los medios de comunicación les hubieran dado la difusión adecuada.

Finalmente, la tercera gran escuela del comportamiento electoral es la de elección racional cuyo concepto básico, como se pudo observar, es la maximización de la utilidad. El reto está entonces en esclarecer cuál es la utilidad buscada por el individuo a la hora de realizar su elección. Tanto la evolución conceptual como el trabajo de campo permitieron entender que todo proceso electoral lleva inmersa una transacción, es decir, todo individuo vota esperando algo a cambio. En algunos casos esta contrapartida puede acarrear un beneficio individual, lo cual es más marcado cuando existe cercanía con los candidatos, en otros casos, esta contrapartida puede ser de interés colectivo, lo cual requiere un grado de conocimiento que más allá del estudio profundo de las propuestas proviene generalmente de la información transmitida por medios de comunicación.

En línea con lo anterior, es factible entonces esperar decisiones que lleven inmersos análisis de costo-beneficio que dejan entrever la importancia que el elector da a su decisión y que le dan sentido a tipos de voto que fueron establecidos en el marco teórico y cuya relevancia fue constatada en campo: (i) voto de tipo estratégico, en la cual se elige no la mejor opción sino aquella que ayude a evitar la victoria de alguna no apetecida, (2) voto retrospectivo, que puede tener dos consideraciones, una desde la rendición de cuentas y otra desde la evaluación de la hoja de vida del candidato, (3) voto de contenido, frente a temas específicos de alta relevancia coyuntural, por ejemplo, el aborto o el matrimonio homosexual, y (4) voto de resultados, que dependiendo del análisis individual se suma al candidato ganador o a quien le genere mayor simpatía. Todos estos tipos de voto se hicieron evidentes en la toma de decisión de los entrevistados durante la investigación.<sup>7</sup>

Como resultado del trabajo investigativo, se identificaron algunos elementos que aunque no están inmersos dentro de una sola escuela de pensamiento sin duda son relevantes para el presente documento en la medida en que inciden en la toma de decisiones electorales.

El primero es la existencia de una especie de identificación social que aunque en Colombia no es tan evidente, se puede observar con la relación entre actores organizados y movimientos políticos, la cual es bastante fuerte entre los maestros distritales y los partidos de tendencia

---

<sup>7</sup> Ver Determinantes de la decisión final32

izquierdista que hace que los primeros respalden los candidatos que surgen de partidos políticos como el Polo Democrático o movimientos como el Progresista. Sin embargo, además de esta relación entra en juego un elemento adicional que ya se vio y que es el voto retrospectivo que se aplica con *vehemencia* al Polo Democrático y que inclina la preferencia hacia Progresistas.

Este fenómeno es bastante reconocido en países como Estados Unidos y le da una base electoral considerable a los partidos políticos, razón por la cual es objeto de estudio de la escuela de Michigan. Dentro del ejercicio realizado esta relación se hace evidente con dos de los entrevistados que como maestros se identifican con dicho movimiento. Una de las afirmaciones es: *“Me gustaba el polo, pero de ellos reniego que se hayan aliado con Samuel y con los Moreno, ahorita me gusta Petro, porque él ha sido el que ha destapado todo, que ha tenido el valor de denunciar y de destapar todo, me gusta eso de él, aunque pienso que si no se asesora de buena gente irá a ser otro Garzón”* (Maestra, 40-60 años, femenino).

El segundo que está en línea con el anterior tiene que ver con un voto de tipo social, en donde el individuo elector no elige un candidato sino una tendencia social con la que se siente identificado ya sea por su simbolismo o porque existe una idea que lo moviliza. Esta decisión está muy marcada por las redes que plantea la escuela de Columbia pero le añade un componente de maximización de utilidad que para este caso es la pertenencia al colectivo. Para este elector, al ser la campaña la que le da vida a su tendencia el voto es el fin del proceso: *“Pues me gusta el partido verde, aunque últimamente nos decepcionamos muchos, porque yo si creía en Mockus, él era como la transparencia del partido”* (Recién egresada, 18-26 años, femenino).

En tercer lugar, la literatura sobre comportamiento electoral le atribuye un alto grado de importancia al diseño institucional. En este sentido, la confianza del individuo en el sistema político y en la transparencia del proceso de conteo de votos es fundamental para garantizar su asistencia a las urnas. Sin desconocer la importancia de este aspecto en el contexto colombiano, para el caso específico del trabajo de campo los individuos entrevistados consideraron las elecciones como la mejor manera de elegir a los gobernantes y no ven mayores problemas de corrupción en el sistema electoral. En pocas palabras, el diseño institucional no es un obstáculo para la asistencia individual a las urnas, pero la cultura electoral colombiana si genera resquebrajamiento en la confianza hacia las decisiones de voto emitidas: *“Creo en los resultados de las elecciones, lo que pasa es que creo que la gente no entiendo lo que está haciendo”* (Desempleado, 26-40 años, masculino).



Sin lugar a dudas los elementos analizados hasta ahora son determinantes del comportamiento electoral, sin embargo, a partir de los resultados del trabajo de campo realizado, se puede concluir que existen unos factores catalizadores que son los que tuvieron la mayor incidencia en la decisión de voto del individuo. Estos factores están totalmente relacionados entre sí y son, en primera instancia, los medios de comunicación y la influencia que han adquirido en las últimas décadas y, en segunda instancia, la emotividad como ponderador de los elementos de decisión.

En efecto, más allá de los intereses que los medios puedan manejar, su influencia electoral es clara, ya que es a través de ellos que los individuos reciben la información que alimenta su decisión, en gran parte porque entrar en contacto directo con una campaña o tener la posibilidad de hablar con el candidato es muy difícil en elecciones uninominales con amplia cobertura jurisdiccional. Esto hace que la relación se dé a través de los medios en dos formas distintas: la primera en espacios de comunicación directa, donde es la misma campaña o el candidato quien transmite sus mensajes y, la segunda, a través de atajos informativos donde las noticias o los líderes de opinión recogen cierta información que entregan al receptor. Incluso, la incidencia de los medios puede afectar esos espacios de comunicación directa, ya que al ser ellos los dueños del espacio pueden determinar a qué candidato darle más participación.

El segundo factor a tener en cuenta está relacionado con el componente emotivo de la decisión electoral. El individuo toma su decisión sobre la base de que ésta le genere una satisfacción que puede estar dada por la cercanía con el candidato, la afinidad con éste, con su campaña o con lo que representa. El voto es entonces una expresión de confianza que el elector emite y que se construye desde su esencia como un individuo que encuentra una causa común con su elegido y que es absolutamente racional al analizar cuál es la retribución esperada al votar. Esta causa puede estar en la búsqueda de un interés colectivo, en lo simbólico, en la cercanía, en el mensaje de campaña o simplemente en la valoración que se hace del postulado como persona y como político. Es precisamente esta emotividad la que hace que aspectos como el liderazgo o la percepción de transparencia adquieran alta relevancia y que en la medida en que el candidato logre

convertir su aspiración en una tendencia social el sentido de pertenencia e identificación adquiriera un peso importante para el individuo<sup>8</sup>.

El conocimiento de las propuestas programáticas por parte del elector y su importancia para la toma de la decisión era un aspecto esencial que se quería observar en el presente ejercicio. Al respecto es posible observar a partir de los resultados del trabajo de campo que el componente programático y con él las ideas de desarrollo representadas en los temas de educación, pobreza, salud, movilidad y equipamiento fueron aspectos secundarios para la construcción de la decisión de los participantes. Cuando existen preocupaciones temáticas, los individuos en primera instancia no esperan que un candidato les ofrezca visiones de largo plazo sino respuestas a problemas coyunturales que se posicionan como tales en gran parte gracias a los medios de comunicación. A propósito de esto, el uso de atajos informativos se vuelve cada vez más común y son pocos los electores que revisan las propuestas programáticas para decidirse por una de ellas.

En las entrevistas realizadas se les pidió a los participantes mencionar los problemas que más afectan su cotidianidad en el nivel barrial, local y distrital, sin embargo, y tal y cómo se evidenció en el análisis de coherencia realizado, a pesar de que para seis de los diez entrevistados la principal preocupación expresada estaba relacionada con temas de movilidad e infraestructura, los votos favorecieron a un candidato cuyo propuesta priorizaba lo social y cuyos mensajes de campaña estaban enfocados en otras áreas<sup>9</sup> y no al candidato cuyo discurso apuntaba de manera directa a la solución de los problemas referidos.

En efecto, de los cinco aspectos considerados para efectos de la presente investigación como constitutivos del desarrollo humano urbano, el único que tuvo un marcado interés como determinante de una decisión electoral fue el aspecto de movilidad, pero obedeciendo más a una situación coyuntural en una ciudad que enfrentaba problemas de tráfico, corrupción por temas relacionados y una promesa de metro incumplida por la administración anterior.

Aunque el tráfico y el no cumplimiento con el metro fueron mencionados durante la investigación, es en realidad, el atributo de luchar contra la corrupción, lo que le otorgó mayor favorabilidad a Gustavo Petro, quien se logró posicionar ante la opinión como el denunciante del escándalo de corrupción de la Fase III de Transmilenio. Los restantes cuatro aspectos del desarrollo

---

<sup>8</sup> Ver Influencia de los medios de comunicación y de las campañas electorales, p. 31.

<sup>9</sup> Ver Anexo F.

humano urbano no son aducidos como relevantes por los entrevistados en el trabajo de campo. Los puntos de vista y las preocupaciones que surgen frente a ellos aparecen luego de que el entrevistador los trae a colación y no como elementos decisivos para la construcción de la decisión.

Como se vio a lo largo del presente trabajo, a la luz de los resultados del ejercicio desarrollado en la localidad de Teusaquillo, lo temático será relevante en la medida en que sea posicionado como tal por parte de los medios de comunicación y de las redes que inciden en el individuo, sean estas virtuales o físicas. Definitivamente no es una prioridad para el elector la idea de desarrollo y ni siquiera se puede pensar en que exista un ejercicio juicioso de revisión y comparación de alternativas antes de la emisión de un voto.

## Bibliografía

Abrajano, M., Naglert, J., & Álvarez, M. (2005). A natural experiment of Race-Based and Issue Voting: The 2001 City of Angeles Elections. *Political Research Quarterly* , 58 (2), 203-218.

Álvarez, M., Kiewiet, R., & Sinclair, B. (31 de marzo de 2005). Rational Voters and the Recall Election. *California Institute of Technology* .

Barozet, E. (2002). La teoría de redes y sus aplicaciones en Ciencia Política: Una herramienta Heurística. *Revista de Ciencia Política* , Pontificia Universidad Católica de Chile, Instituto de Ciencia Política.

Baterls, B. (2008). *The study of electoral behavior*. Department of Politics and Woodrow Wilson School of Public and International Affairs, Princeton University.

Bréchon, P. (2002). Comprendre les logiques de l'abstention. *Revue Polotique et Parlementaire* (1020-2021), 83-93.

Blondel, S., & Levy-Garboua, L. (2007). *Why Do Rational People Vote in Large Elections with Costs to Vote?* París: Centre d'économie de la Sorbonne and Paris School of Economics, Université de Paris I, Maison des Sciences Economiques - Université d'Angers.

Burbano, F. (2003). *Democracia, gobernabilidad y cultura política*. Ecuador: FLACSO.

Calderón, F. (2002). Cultura Política y Desarrollo. En V. Rao, & W. Walton, *Cultura y Acción Pública*. México: McGraw Hill.

Calderón, F., & Lechener, N. (1998). *Más allá del Estado, más allá del mercado: la democracia*. La Paz: Plural.

Caplan, B. (2007). *The Myth of Rational Voter: Why Democracies Choose Bad Policies*. Princeton: Princeton University Press.

Castells, M. (1997). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1: La sociedad en red*. Madrid: Alianza.

Criado, H. (2003). Elección Racional y Comportamiento Electoral: Más allá de la paradoja del voto. *Zona abierta* , 102-103.

Dahl, R. (1971). *Poliarchy: Participation and Opposition*. Yale University Press.

Edlin, A., Gelman, A., & Kaplan, N. (2007). *Voting as a Rational Choice: Why and How People Vote to Improve the Well-Being of Others: Rationality and Society*. Sage Publications.

Elster, J. (2001). *La democracia deliberativa*. Barcelona: Gedisa.

Fajardo, L. (2010). Desarrollo humano sustentable: concepto y naturaleza. *Civilizar: Revista electrónica de difusión científica* (10).

Farber, H. (2009). *Rational Choice and Voter Turnout: Evidence from Union Representation Elections*. Princeton: Princeton University.

Federsen, H. (2004). Rational Choice Theory and the Paradox of Not Voting. *Journal of Economic Perspectives* , 18 (1), 99-112.

Ferejohn, J., & Fiorina, M. (1974). The Paradox of Not Voting: A Decision Theoretic Analysis. *American Political Science Review* , 68.

Fisher, S. (2001). *Definition and measurement of tactical voting: the role of rational choice*. Oxford: Centre for Research on Elections and Social Trends. National Centre for Social Research (formerly SCPR) and Department of Sociology, University of Oxford.

Hirschman, A. (1986). *On Democracy in Latin America*. New York: Review of Books.

International Institute for Democracy and Electoral Assistance IIDEA. (2002). *Voter Turnout since 1945: A Global Report*. Estocolmo: IIDEA.

Krause, S., & Méndez, F. (2007). *Corruption and Elections: An Empirical Study for a Cross-Section of Countries. Working Paper*. New York.

Lechner, N., Creel, S., & Granados, M. (1995). *Cultura Política y Gobernabilidad Democrática: La cuestión democrática. Volumen 1 de Colección de Temas de la Democracia: Serie Conferencias Magistrales*. Texas: Instituto Federal Electoral.

Montecinos, E. (2007). Análisis del comportamiento electoral: De la elección racional a la teoría de redes. *Revista de Ciencias Sociales* , XIII (1), 9-22.

Ludvigsen, S. S. (2007). *Economic voting and puzzles for rational choice theory*. Obtenido de [http://www.hha.dk/nat/christian/dpc\\_08/SSLudvigsen.pdf](http://www.hha.dk/nat/christian/dpc_08/SSLudvigsen.pdf)

Marsh, M. (2007). Candidates or Parties? Objects of Electoral Choice in Ireland. *Party Politics* , 13 (4), 500-527.

Montobbio, M. (2006). Cultura, desarrollo y cambio político en Asia y América Latina: una aproximación comparada. En S. Golden, & M. Spoor, *Desarrollo y transición en Asia* (págs. 131-146).

Nohlen, D. (s.f.). *Political Participation in New and Old Democracies*. Obtenido de <http://www.idea.int/publications/vt/upload/introduction.pdf>

Narváez, A. (2003). Cultura política y mediática: Esfera pública, intereses y códigos. *Revista Signo y Pensamiento* , XII (43), 79-98.

Ortega, E. (9 de julio de 2004). Derechos Humanos y Desarrollo Humano Sustentable. *Humanum*, Recuperado de <http://www.revistahumanum.org/revista/derechos-humanos-y-desarrollo-humano-sustentable/>.

Paramio, L. (2000). Decisión racional y acción colectiva\*. *Leviatán* (79), 65-83.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2004). *La Democracia en América Latina: Hacia una Democracia de Ciudadanas y Ciudadanos*. Buenos Aires: PNUD.

Sonnleitner, W. (2007). Participación electoral y desarrollo humano: apuntes metodológicos para el análisis territorial y multidimensional del voto en México y Centroamérica. *Estudios Sociológicos*, XXV (3), 813-835.

Kiker. (1989). Political science and rational choice. En J. Alt, & K. Shepsle, *erspectives on Positive Political Economy*.

Rodríguez, J. C., & Seligson, M. (2011). *Cultura Política de la democracia en Colombia, 2011: Actitudes democráticas en la suceción*. Bogotá, D.C.: USAID.

Sandoval, L. E. (2008). *Determinantes del comportamiento electoral de los municipios*. Obtenido de <http://www.rlcu.org.ar>

Schuessler, A. (2000). Expressive Voting. *Rationality and Society*, 12 (1), 87-119.

Sen, A. (2000). *Desarrollo y Libertad*. Barcelona: Planeta.

Sulmont, D. (abril de 2010). *Los enfoques teóricos sobre el comportameinto electoral*. Obtenido de [http://escuela.pucp.edu.pe/gobierno/images/documentos/investigaciones/articulo2\\_david\\_sulmont\\_22.pdf](http://escuela.pucp.edu.pe/gobierno/images/documentos/investigaciones/articulo2_david_sulmont_22.pdf)

Tomz, M., & Van Houweling, R. (agosto de 2009). *Candidate Inconsistency and Voter Choice* .

Obtenido de <http://www.stanford.edu/~tomz/working/TomzVanHouweling-2009-08.pdf>

Vallés, J. (1990). Proceso electoral, comportamiento electoral y sistema político. *Revista del Centro de Estudios Constitucionales* (5), 189-199.

Weisberg, H., & McAdams, E. (2009). Change in the components of the electoral decision: The nature of short-term forces in elections of short-term forces in elections. *Electoral Studies* , 28 (4), 533-539.

Wessels, B., & Schmitt, H. (2-3 de noviembre de 2006). What Shapes Electoral Choice Options? Institutional Determinants of the Distinctiveness of Choice Options. *Paper for the presentation at the Electoral Systems and Electoral Politics: Bangalore CSES Workshop* . Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung WZB, Mannheimer Zentrum für europäische Sozialforschung MZES.

Williams, C., & Gulati, G. (2007). *Social Networks in Political Campaigns: Facebook and the 2006 Midterm Elections*. Chicago: Bentley College, Department of International Studies.

Lazarsfeld, P., Berelson, B., & Gaudet, H. (1948). *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. Minnesota: Columbia University Press.

Berelson, B. (1986). *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign* . Chicago: University of Chicago Press.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2008). *Bogotá, una apuesta por Colombia*. Bogotá, D.C.: PNUD.