

# ¿Por qué votamos?

## ANÁLISIS

Eduardo Engel



**NO ES OBVIO POR QUÉ MILLONES DE PERSONAS IRÁN A VOTAR EN EL PLEBISCITO DE HOY.** Un simple análisis de costo-beneficio indica que para la inmensa mayoría no vale la pena. La probabilidad de que nuestro voto decida el resultado, ya sea entre el Apruebo y el Rechazo, o entre la Convención Constitucional y la Convención Mixta, es tan pequeña, que el más mínimo costo asociado a votar será mayor que el beneficio esperado de ser el voto decisivo. ¿Para qué votar si mi voto no afectará el resultado?

El argumento anterior, formulado por Downs en 1957, es conocido como la “paradoja de las votaciones”. Mucha tinta ha corrido para refutarlo. La respuesta más evidente es que la gente no realiza cálculos de costo-beneficio cuando va a votar, que los economistas ya tenemos problemas para entender la conducta humana en áreas que nos competen, pero entendemos poco y nada cuando nos adentramos en temas que nos son ajenos, como la participación electoral. El problema con esta respuesta es que costos, beneficios, estrategias e incentivos, todos conceptos centrales en el análisis económico, sirven para explicar los porcentajes de participación electoral. No explican por qué la gente vota, pero sí explican cuántos votan.

La evidencia indica que la participación electoral varía inversamente con el costo de ir a votar. Vota menos gente cuando los lugares de votación están más alejados, cuando el día de la elección el clima es inclemente o cuando las

colas en los lugares de votación son largas. Medidas como tener transporte público gratuito el día de la elección se justifican, porque reducen el costo de ir a votar. Esta medida se adoptó de manera muy parcial (principalmente el metro en tres ciudades) y tardía (el jueves, luego de que la autoridad insistiera que era imposible) para el plebiscito de hoy.

Un factor importante que puede reducir la participación en el plebiscito de hoy es el temor a contagiarse. Una encuesta de Espacio Público e Ipsos, realizada en agosto, encontró que un 15% de los encuestados podría abstenerse por miedo a contagiarse, el incremento en las excusas de las personas convocadas a ser vocales de mesa también fue de 14%. Desde entonces, el Servel y el Minsal han liderado varias iniciativas para tener un plebiscito seguro y con pocas aglomeraciones, de modo que es probable que esta cifra a estas alturas haya bajado bastante.

La información con que cuentan los potenciales electores también incide en la participación electoral; si no se entiende qué está en juego o no parece relevante, hay pocas razones para ir a votar. Como las personas más educadas cuentan con más información y mejores elementos para comprenderla, la participación electoral en general crece con los niveles de ingresos y educación. La franja electoral del plebiscito no ha contribuido mayormente a informar a la gente, pero una serie de iniciativas en redes sociales

—algunas de ellas muy creativas— probablemente tuvieron impacto, sobre todo para entender la diferencia entre la Convención Constitucional y Mixta (esta última, a pesar de su nombre, tendrá menos mujeres que la primera).

La formación de hábitos también impacta la participación electoral. Tal como describí en una columna en 2013, quienes tuvieron la edad justa para votar en el plebiscito de 1988 votaron más en las elecciones posteriores, 20 años después y más, que quienes no alcanzaron a votar.

Volviendo a la paradoja de las votaciones, si se adopta una definición más amplia de los beneficios que reporta votar, no hay paradoja. No solo importa si el voto de uno será decisivo o no. Por ejemplo, mucha gente valora cumplir con sus deberes cívicos. Un experimento con cientos de miles de electores (Gerber, Green y Larimer, 2008) encontró que la participación electoral es mucho mayor cuando creemos que se hará público si fuimos a votar. No solo cumplimos con normas cuando sentimos que estamos haciendo lo correcto, también importa la presión social que exista para hacerlo.

Considere que cualquiera que sea el resultado del plebiscito de hoy y cualesquiera que sean sus preferencias, es mejor que la participación sea alta. Con la victoria del Apruebo, que todas las encuestas dan como un hecho, es mejor que el camino que se inicia mañana cuente con el máximo de legitimidad posible. Y si el argumento anterior no lo convence, porque usted cree que su voto será irrelevante, piense que más temprano que tarde sus amistades sabrán si fue a votar o no. Piense también en lo mal que se sentiría, en unas semanas o en varios años más, cuando sus hijos y nietos le pregunten si votó en aquel histórico plebiscito de 2020 y usted tenga que confesar que no. Es hora de actuar, ¡deje de leer y vaya a votar!

**“Cualquiera que sea el resultado del plebiscito de hoy y cualesquiera que sean sus preferencias, es mejor que la participación sea alta”.**