

El Impacto del Monitoreo Ciudadano en las Elecciones de Alcaldes de 2019 en Colombia



Las irregularidades electorales —actividades ilegales que buscan influir en las elecciones— a menudo amenazan las instituciones democráticas en los países de ingresos bajos y medios. En Colombia, los investigadores llevaron a cabo una evaluación aleatoria para medir el impacto de una intervención que alentaba a los ciudadanos a denunciar irregularidades a una ONG local y que variaba si los candidatos estaban informados sobre la campaña de denuncia. La campaña, realizada a través de Facebook, aumentó la cantidad de denuncias reportadas por los ciudadanos y redujo la cantidad de irregularidades observadas en las elecciones. Esta sencilla intervención fue más costo-efectiva que otros esfuerzos de monitoreo usados tradicionalmente.

Investigadores: Natalia Garbiras-Díaz, Mateo Montenegro

País: Colombia

Área programática: Gobernanza

Temas: Participación Electoral, Tecnología De La Información Y Las Comunicaciones (TIC)

Aliados: Procuraduría General de la Nación Misión de Observación Electoral (MOE)

Cronograma: 2019

Tipo de estudio: Evaluación aleatoria

Muestra: 698 Municipios

Personal de IPA: Estefanía Avendaño Niña

Descripción del problema

El clientelismo, la intimidación a los votantes y el fraude electoral forman parte de una larga lista de irregularidades electorales que amenazan persistentemente a las instituciones democráticas en los países de ingresos bajos y medios.¹ Los políticos implementan estas diferentes estrategias, a menudo combinando varias de ellas, para distorsionar las elecciones a su beneficio. Más allá de las consecuencias directas de socavar elecciones justas y erosionar la responsabilidad política,² una cantidad creciente de evidencia ha demostrado que diferentes tipos de irregularidades electorales tienen efectos negativos para el bienestar económico y político de los países³.

Las tecnologías de comunicación digital podrían ayudar a combatir estas irregularidades de manera más rentable que las estrategias tradicionales de seguimiento electoral, como el envío de observadores o auditores electorales. Los gobiernos y las ONG han aprovechado recientemente las plataformas digitales para monitorear las elecciones. Sin embargo, hay una falta de evidencia rigurosa que pruebe si estas plataformas son efectivas para combatir las irregularidades electorales.

Contexto de la evaluación

A pesar de la presencia de observadores y auditores nacionales e internacionales, las irregularidades electorales siguen siendo comunes en Colombia. Por ejemplo, un estudio de 2017 encontró que el 18 por ciento de los colombianos de la muestra había recibido, en algún momento de su vida, algún beneficio a cambio de su voto o apoyo político. Aparte de la compra de votos y la intimidación de votantes, las irregularidades comunes incluyen publicidad política ilícita, campañas de funcionarios públicos, fraude en el registro de votantes, interrupción de elecciones y fraude electoral.

En los últimos años, tanto el gobierno colombiano como las ONG se han esforzado por aumentar la participación de la sociedad civil en la supervisión de las elecciones a través de sitios web y aplicaciones de informes en línea. Un ejemplo de estas organizaciones es "Misión de Observación Electoral" (MOE), una ONG independiente y no partidista dedicada a la integridad electoral. El MOE alberga el sitio web de informes más popular en Colombia llamado "Pilas con el voto" que permite a los ciudadanos presentar informes anónimos de irregularidades electorales. Con base en la información proporcionada a través de este sitio web, el Ministerio de Educación prepara informes oficiales y los redirige a las agencias gubernamentales encargadas de investigar y sancionar las irregularidades electorales.

Detalles de la intervención

En Colombia, los investigadores llevaron a cabo una evaluación aleatoria de una campaña masiva de Facebook que tenía como objetivo incentivar el seguimiento ciudadano de las elecciones municipales para alcaldía de 2019 a través del sitio web "Pilas con el voto". El equipo de investigación diseñó cuatro anuncios diferentes para comprender los mecanismos a través de los cuales la campaña podría afectar los reportes de los ciudadanos. Luego, asignaron al azar 698 municipios (más de la mitad del país) para recibir uno de los siguientes anuncios.

- **Mensaje informativo:** los municipios de este grupo recibieron un anuncio en Facebook informándoles sobre la existencia del sitio web de informes de la MOE: "La MOE tiene el siguiente

sitio web donde se puedes informar irregularidades electorales: [LINK]. No olvides que las elecciones locales se llevarán a cabo el domingo 27 de octubre ”.

- **Mensaje de llamado a la acción:** los municipios de este grupo recibieron un anuncio de Facebook con un llamado a la acción para denunciar la corrupción electoral y actuar contra ella: “En estas elecciones, acabemos con las irregularidades electorales. ¡Repórtalos! No olvides que las elecciones locales se llevarán a cabo el domingo 27 de octubre ”.
- **Información + mensaje de llamado a la acción:** los municipios de este grupo recibieron un anuncio de Facebook que contenía ambos mensajes.
- **Grupo de comparación:** los municipios de este grupo recibieron un anuncio de Facebook que recordaba a la gente sobre las próximas elecciones: "No olviden que las elecciones locales se llevarán a cabo el domingo 27 de octubre".

La campaña duró cinco días y estuvo dirigida a todos los usuarios de Facebook mayores de 18 años. Comenzó tres días antes de las elecciones y terminó un día después de las elecciones.

Para comprender cómo reaccionarían los candidatos a esta campaña y los posibles impactos sobre las irregularidades electorales que podría tener el conocimiento de la campaña, el equipo de investigación se asoció con la Oficina del Fiscal General para enviar cartas a un subconjunto de candidatos asignados al azar para informarles sobre la campaña.

Para medir el impacto de estas intervenciones con los candidatos a la alcaldía sobre las irregularidades electorales, los investigadores utilizaron dos medidas. Primero, analizaron las menciones de estas irregularidades en una amplia gama de medios de comunicación locales y nacionales. En segundo lugar, buscaron discrepancias en los registros oficiales de votación de Colombia.

Resultados y lecciones de política

La campaña aumentó el número de reportes sobre irregularidades electorales y redujo la probabilidad de que ocurrieran. Esta campaña fue más costo-efectiva que otros esfuerzos de seguimiento utilizados tradicionalmente.

Reportes de ciudadanos: recibir cualquier versión del anuncio de Facebook aumentó la probabilidad de que se presentara un informe de un municipio en 9.3 puntos porcentuales, un 33 por ciento de los municipios de comparación. Del mismo modo, el número de informes aumentó en 0.34, un aumento del 61 por ciento en comparación con los municipios de comparación.

Además de aumentar la probabilidad y el número de informes, los anuncios de Facebook aumentaron la probabilidad de enviar reportes de alta calidad (lo que significa que el informe contenía evidencia sólida sobre los hechos informados) en 7 puntos porcentuales y el número de informes de alta calidad en 0.17. que representan, respectivamente, un aumento de 44 por ciento y 85 por ciento en comparación con los municipios de comparación.

Los anuncios que contenían información sobre dónde podían informar las personas —el enlace al sitio web del MOE— parecían ser los que generaban estos efectos positivos.

RESUMEN DEL ESTUDIO

Irregularidades electorales: Los municipios expuestos a la campaña de información experimentaron una reducción de 8 puntos porcentuales en la probabilidad de tener una irregularidad mencionada en los medios, y disminuyó la probabilidad de una medida de discrepancias en los registros de votación en 11 puntos porcentuales. La mayor caída provino de los casos de compra de votos reportados en los medios de comunicación, que es uno de los tipos de irregularidades más comunes en el contexto colombiano.

Los municipios donde los candidatos recibieron una carta informándoles sobre la campaña reportaron una disminución adicional en las irregularidades. Estos resultados sugieren que la reacción del candidato a la campaña es un factor importante para explicar la disminución observada de irregularidades electorales.

Proporción de votos de los candidatos propensos a sufrir irregularidades electorales: el equipo de investigación identificó a los candidatos más propensos a cometer irregularidades electorales basándose en las percepciones de los ciudadanos y las medidas objetivas de la participación de los candidatos en actividades ilegales. Los candidatos con más probabilidades de cometer irregularidades electorales experimentaron una disminución de 3.8 puntos porcentuales en su porcentaje de votos. Los investigadores estimaron que al menos el 11 por ciento y hasta el 77 por ciento de este efecto se debe a la disminución de las irregularidades.

Costo-efectividad: la campaña de reportes fue muy costo-efectiva en comparación con otras intervenciones. Los investigadores calcularon que la intervención redujo la proporción de votos de los candidatos más propensos a participar en irregularidades electorales a un costo de US \$ 0,45 por punto porcentual. En comparación, la estrategia más tradicional de desplegar observadores electorales cuesta más de US \$ 500 también por punto porcentual.

Fuentes

1. World Bank, 2007.
2. Hicken, 2011; Stokes, 2005
3. Baland and Robinson, 2007; Khemani, 2015; Vicente and Wantchekon, 2009; Singer, 2009; Olken and Pande, 2012.; Acemoglu et al., 2013; Robinson and Torvik, 2014.