

Artículo de Investigación

Las emociones en políticas para entender el voto indeciso en un escenario de polarización

Emotions in politics to understand the undecided vote in a polarization scenario

Víctor Renobell Santaren¹: Universidad Internacional de la Rioja, España.
victor.renobell@unir.net

Fecha de Recepción: 23/09/2024

Fecha de Aceptación: 30/12/2024

Fecha de Publicación: 27/01/2025

Cómo citar el artículo:

Renobell, V. (2025). Las emociones en políticas para entender el voto indeciso en un escenario de polarización [Emotions in politics to understand the undecided vote in a polarization scenario]. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1-20.
<https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1537>

Resumen:

Introducción: Se aborda el tema de las emociones en política y su papel como modelo explicativo del comportamiento del voto indeciso en época pre-electoral. Se trata de entender la importancia de las emociones en política y ver el impacto que tienen en un contexto de polarización política en España. **Metodología:** Se ha realizado una encuesta a 395 individuos que afirmaba ser voto indeciso para las próximas elecciones. Se optó por la realización de un modelo de análisis que relaciona las emociones positivas y negativas con la intención del voto futuro. **Resultados:** Como resultados se han obtenido que las emociones negativas (desconfianza, irritación o aburrimiento) se han mostrado como más potentes a la hora de explicar opciones de voto futuro en personas que se posicionaban como indecisos en el presente a la hora de votar en España. Otro de los resultados ha sido que los partidos de izquierdas se alinean con emociones positivas a la hora de explicar su voto mientras que los partidos de derechas muestran emociones negativas. **Discusión:** Otros estudios muestran la importancia de las emociones negativas en el articulamiento de las decisiones de voto. **Conclusiones:** Las emociones negativas son alentadoras para motivar el voto indeciso en un escenario de polarización política.

¹ Autor Correspondiente: Víctor Renobell. Universidad Internacional de la Rioja (España).

Palabras clave: voto indeciso; elecciones; intención de voto; emociones; polarización política; encuesta; ideología política; España.

Abstract:

Introduction: We will address the issue of emotions in politics and their role as an explanatory model of the behavior of the undecided vote in pre-electoral times. It is about understanding the importance of emotions in politics and seeing the impact they have in a context of political polarization. **Methodology:** A survey was carried out on 395 individuals who claimed to be in the undecided vote position for the next elections in Spain. The method used for this study was multivariate analysis. Specifically, it was decided to create a regression model that relates positive and negative emotions to voting intention. **Results:** The results have shown that negative emotions (distrust, irritation or boredom) have been shown to be more powerful when explaining voting options in people who positioned themselves as undecided when voting in Spain. Another significant result has been that left-wing parties align themselves with positive emotions when explaining their vote while right-wing parties align themselves with negative emotions when explaining their vote. **Discussion:** Other studies show the importance of negative emotions in the articulation of voting decisions, but there are no studies that show data on how the modeling of negative emotions activates undecided voting in a radicalized political context. **Conclusions:** Negative emotions are encouraging to motivate the undecided vote in a scenario of political polarization.

Keywords: undecided vote; elections; voting intention; emotions; political polarisation; survey; political ideology; Spain.

1. Introducción

Se analiza el protagonismo de las emociones en la política y su papel en el modelamiento del comportamiento electoral futuro. Partiremos con una perspectiva psicosocial (Escuela de Michigan) sobre el modelo de análisis del comportamiento electoral, cuyos elementos clave son la identificación partidista, que incluye afecto, empatía y afinidad por el partido (Dows, 1957). En este análisis también se han considerado elementos de modelos explicativos de carácter sociológico y psicosocial y otros enfoques relacionados que validan el análisis de las emociones respecto al comportamiento político y electoral. Según el modelo de análisis del comportamiento electoral de la Escuela de Michigan, las emociones y las actitudes políticas son factores determinantes en la decisión de participar o no en una convocatoria electoral. Este enfoque psicosocial pone énfasis en las características psicológicas y perceptivas del individuo ante diferentes elementos del sistema político. La identificación partidista es un elemento explicativo clave del comportamiento de los electores según este modelo. Los ciudadanos desarrollan vinculaciones psicológicas con los partidos o con ciertas posiciones ideológicas que adquieren por socialización, principalmente a través de la familia, y que influyen de manera determinante en su comportamiento político. Incluso cuando un elector está identificado con un partido a nivel cognitivo y emocional, y se siente afín a su plataforma ideológica, esto crea una especie de comunidad de intereses y afectividad que aumenta la probabilidad de que apruebe las acciones de un gobernante de ese partido.

En estudios realizados, se ha observado que las emociones positivas hacia los líderes y las formaciones políticas son comunes, mientras que las emociones negativas son relativamente escasas. Los estudios realizados por esta Escuela de Michigan han observado que las

emociones positivas expresadas por los votantes hacia los partidos y sus candidatos son un elemento fundamental en la construcción de este vínculo psicológico de largo plazo. En contraste, las emociones negativas hacia los partidos y líderes políticos son relativamente escasas en la identificación partidista según este enfoque psicosocial. La Escuela de Michigan pone el énfasis en las actitudes positivas y en la percepción favorable de los candidatos como factores clave para explicar la estabilidad del voto a nivel individual. Además, la identificación partidista se ve influenciada por la percepción que los electores tienen de los candidatos y los líderes políticos. La Escuela de Michigan considera que la identificación partidista es un proceso de largo plazo que se inicia a través de la socialización y se refuerza a través de la participación política y la percepción de los líderes y partidos.

El análisis académico de las emociones parte de entender éstas como una herramienta para lograr algo (Camps, 2012; Bonansinga, 2020; Fullerton, 2023). Brader y Marcus (2013) afirman que hasta la década de 1970 las emociones en política eran ignoradas por falta de confianza. Varios autores (Marcus *et al.*, 2000; MacKuen, 2017) argumentan que en las últimas dos décadas se ha observado un mayor interés académico en el papel de las emociones a la hora de explicar cómo las personas responden a los estímulos políticos en las ciencias políticas. Valentino *et al.* (2011) señala que las emociones son entidades con importantes responsabilidades en el modelamiento de las decisiones políticas. A través de las obras de estos autores podemos entender que las emociones constituyen una categoría importante en la formación de actitudes y comportamientos políticos.

Arias (2018) distingue entre emoción en sí y emociones duraderas. Desde estos posicionamientos amamos u odiamos a alguien si su presencia despierta determinadas emociones. Entonces nos enfrentaremos a la distinción entre estados y estados de ánimo. Las emociones se constituyen en un estado que proporciona información acerca de los modelamientos afectivos positivos o negativos que, por lo tanto, inciden a otras funciones del lenguaje, y amplía el alcance a otros estados psicológicos como son los procesos cognitivos y motivacionales (Tausczik y Pennebaker, 2010). Las emociones intergrupales que son manifestaciones expresadas por los individuos a partir de los sentidos y se experimentan con relación a los miembros de un grupo (Devos *et al.*, 2003). Dichas emociones intergrupales son las que generan modelamientos de opiniones en grupos determinados o colectivos concretos. En el contexto político y ante situaciones de crisis, las emociones intergrupales son usadas en la comunicación política por las instituciones políticas y los partidos políticos (Canel y Sanders, 2010), entre otros actores, que se inscriben en un periodo específico de poder cuyo alcance involucra la promoción de políticas públicas o la incidencia en el comportamiento de la ciudadanía frente a momentos de crisis o situaciones electorales o pre-electorales (Amadeo, 2016; Fernández y Sznajder, 2013).

La política actual se caracteriza por las constantes referencias emocionales en los discursos de sus líderes políticos, emociones principalmente negativas, ligadas al miedo o a la ansiedad (Jaráiz Gullías, *et al.* 2024; Vasilopoulos *et al.* 2019; López-López y González 2020). Con ello, pretenden situar a la ciudadanía en contra de los partidos de gobierno. Un ejemplo son aquellos partidos de gobierno que son tildados de, por ejemplo, que no supieron defender la soberanía nacional, o las ideas y los valores que deberían imperar en la sociedad según sus criterios (Betz 1990; Marcus *et al.*, 2000; Betz y Johnson 2004). Estas constantes apelaciones negativas provocan en la sociedad un clima de crispación, desconfianza y desafección hacia la política, pues los ciudadanos entienden que sus demandas no están siendo escuchadas y que los políticos están anteponiendo sus intereses individuales al interés colectivo (Kitschelt 1995; Ignazi 2003). Esta situación, en auge en Europa desde hace décadas, ha generado una estructura de oportunidad para los partidos de extrema derecha, en tanto se presentan como

vehículos o catalizadores de la expresión de frustración y descontento social (Bélanger 2014; Oñate *et al.* 2022).

Las emociones moldean comportamientos y genera actitudes que después conllevan comportamiento de voto. Analizar el impacto de las emociones en un contexto de polarización política nos ayuda a comprender el posicionamiento de voto y la toma de decisiones sobre colectivos indecisos. Varios estudios presentan porcentajes sobre el peso del voto de los indecisos en unas campañas electorales. Diversos estudios muestran que los porcentajes de indecisos en campañas electorales se sitúan entre el 30% y el 60% (Lisi, 2010; Quesada, 2018; Cruz *et al.*, 2016; Lisi, 2010). Es un porcentaje considerable que puede modelar unas decisiones políticas y contribuir a explicar el incentivo emocional en los votantes indecisos es el principal objetivo de este estudio.

El factor emocional siempre ha sido un desencadenante de actitudes que conducen a comportamiento y modelamiento de elecciones. Entender este modelamiento como un factor de peso dentro del proceso de socialización política implica entender la toma de decisiones políticas desde perspectiva poco analizad hasta hoy. Desde un enfoque más individualista, la teoría de la elección racional propone que los individuos toman decisiones políticas en función de sus intereses y preferencias individuales, que a su vez están condicionadas por sus características sociales. Autores como Downs (1957) y Meltzer y Richard (1981 y 1983) han argumentado que los individuos tienden a apoyar partidos y políticas que benefician sus intereses económicos y sociales, que están determinados en gran medida por su posición en la estructura social. Sin duda solamente depender de este factor a la hora de decidir un voto seria perder gran parte del entendimiento del comportamiento actitudinal implícito en el proceso de socialización política de los individuos indecisos. En un contexto de polarización política el facto emocional recobra importancia y gana peso específico en la toma de decisiones de voto.

Otra perspectiva relevante es la teoría de los clivajes sociales, desarrollada por autores como Lipset y Rokkan (1992). Según esta teoría, las divisiones sociales y culturales históricas, como las que se producen entre clases sociales, grupos étnicos o religiosos, se reflejan en el sistema de partidos y en las preferencias electorales de los ciudadanos. Los individuos tienden a apoyar partidos que representan los intereses de su grupo social de pertenencia. El peso de las emociones en esta perspectiva también es determinante ya que la cercanía y la adhesión de un individuo a un grupo social característico hace que el factor emocional gane relevancia y sea un factor importante en la toma de decisiones políticas.

En conclusión, desde un enfoque sociológico y emocional se entiende que las características sociales de los individuos condicionan sus preferencias políticas y su comportamiento electoral. Factores como la clase social, el nivel educativo, la edad, el género y el lugar de residencia, entre otros, influyen en la forma en que los ciudadanos se posicionan políticamente y en las decisiones que toman en el momento de votar. Si bien esta relación no es determinista y existen otros factores que también influyen en las actitudes políticas, como las experiencias personales, las emociones, los valores y las creencias individuales, la evidencia empírica sugiere que las características sociales y cada vez más el factor emocional siguen siendo un elemento clave para entender la dinámica política en las sociedades contemporáneas.

2. Metodología

Contribuir a explicar el incentivo emocional en los votantes indecisos es el principal objetivo de este estudio. El método empleado para este estudio fue el análisis multivariante. Específicamente, se optó por la realización de un modelo de correlaciones entre emociones e intención de voto futuro a partidos políticos. Esto se llevó a cabo con una encuesta a 395

personas sobre emociones y posicionamiento político. La encuesta se ha realizado entre los meses de octubre de 2023 a enero de 2024. Se ha realizado una encuesta telefónica y online a 395 personas que residen en España que van de los 18 a los 65 años. Ha sido una encuesta estratificada por grupos de edad y de género siguiendo el modelo de la población española mayor de edad. La encuesta ha ido dirigida a personas que se han posicionado bajo el epígrafe de “indecisos” ante la pregunta de “¿a qué partido o líder políticos votaría hoy?”. Esta primera pregunta discriminaba si se seguía con la encuesta o no. Solamente seguían y participaban en el estudio los que se posicionaban como indecisos en el momento de la primera toma de contacto.

La encuesta constaba de 52 escalas Likert de 5 opciones (“no es importante”, “es poco importante”, “neutral”, “importante” y “muy importante”). Se han mostrado 52 frases que pueden condicionar su voto del tipo: “votaría a x partido o a x líder político si tuviera más confianza en él”; “votaría a x partido o a x líder político si me demostrara que hace lo que dice”; “votaría a x partido o a x líder político si tuviera miedo a que ganara otro partido”; “votaría a x partido o a x líder político si me transmitiera entusiasmo”; “votaría a x partido o a x líder político si me transmitiera compromiso”; “votaría a x partido o a x líder político si me transmitiera interés”; “no votaría a x partido o a x líder político por miedo”; “no votaría a x partido o a x líder político si me transmitiera frustración”; “no votaría a x partido o a x líder político si me transmitiera desconfianza”; “no votaría a x partido o a x líder político si me irritase sus ideas”; etc. Al inicio se le pregunta por el voto del pasado en las últimas elecciones y al final se le preguntaba por el posible voto futuro una vez realizada la encuesta.

Los principales objetivos del análisis han sido tres. El primer objetivo ha sido comprobar si el análisis de las emociones asociadas a los votantes de un determinado partido puede generar modelos explicativos del voto y diferencias entre partidos. El segundo de los objetivos es analizar si la polarización política evidencia modelos explicativos del voto basados en las emociones negativas. Y como tercer objetivo está el analizar si los partidos mayoritarios generan emociones positivas y los partidos nacionalistas generan emociones negativas en su propio nicho electoral.

Se han analizado las emociones asociadas a la política en general y a cada uno de los partidos políticos. Se ha preguntado sobre los partidos del PSOE, PP, VOX, SUMAR, ERC, JUNTS, EH-BILDU y EAJ-PNV. Se ha realizado un análisis correlacional sobre la tendencia de voto y la influencia del grado de emociones positivas o negativas. Dicho análisis se ha realizado sobre el conjunto de los partidos políticos y sobre cada uno de los votantes (en las últimas elecciones) de un determinado partido. Y después se analizó la relación entre el efecto de la emoción (positiva o negativa) y la influencia del voto futuro junto con la polarización política actual.

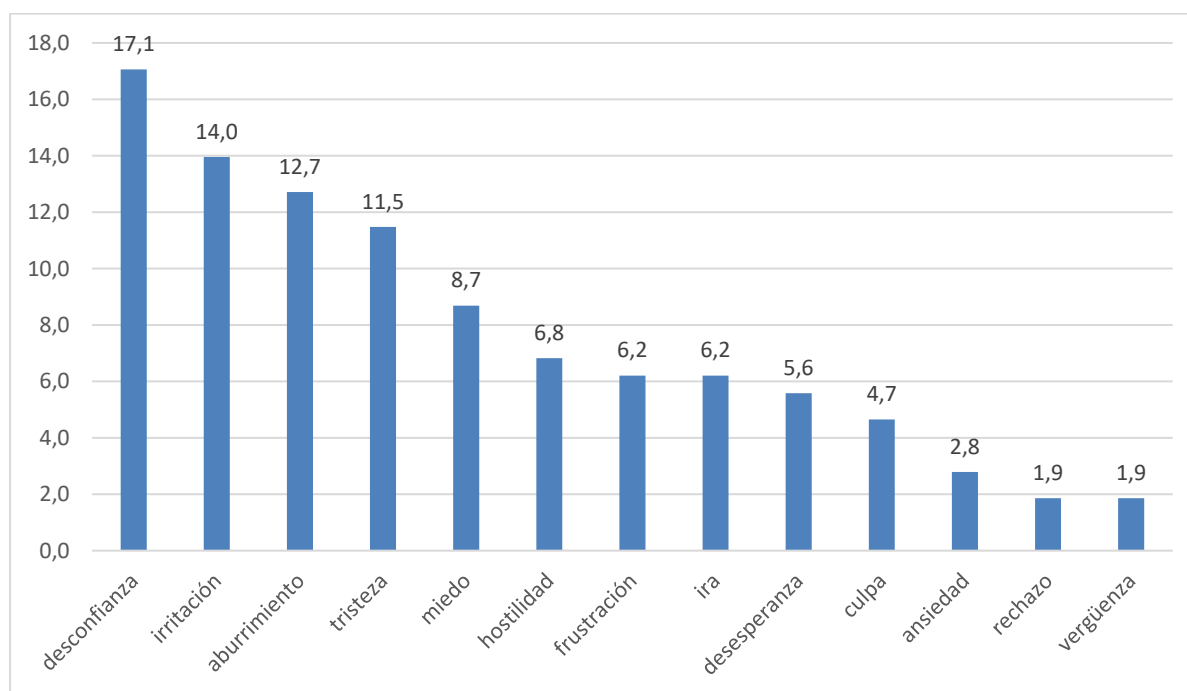
La encuesta sobre emociones se ha basado en las emociones positivas y negativas utilizadas en estudios anteriores sobre emociones y política (Redlawsk, 2023; Bittner, 2023; Durnová 2018; y Duncombe, 2019). De esta manera se han categorizado trece emociones negativas y ocho emociones positivas. Entre las emociones negativas están: desconfianza, irritación, aburrimiento, tristeza, miedo, hostilidad, frustración, ira, desesperanza, culpa, ansiedad, rechazo y vergüenza. Y entre las emociones positivas que se han categorizado están: entusiasmo, compromiso, interés, esperanza, alegría, gratitud, felicidad y amor. Todos los resultados se han tabulado y exportado a programas de análisis de datos SPSS y generadores de gráficos como Visualy y Grapher.

3. Resultados

Los resultados provienen de las encuestas realizadas a 395 indecisos respecto al voto en España y su posterior análisis multivariable. Se ha analizado el factor emocional respecto a la intención del voto futuro. Se ha preguntado respecto al peso de las emociones en la decisión de su voto futuro. Hemos encontrado que las emociones negativas principales (desconfianza, irritación o aburrimiento) se han mostrado como más potentes a la hora de explicar opciones de voto futuro y posicionamiento hacia líderes políticos. Las principales emociones negativas se ha visto que son variables importantes a la hora de explicar el voto futuro. Para la elección del voto futuro de partidos de derechas (PP y VOX principalmente) la influencia de las emociones negativas es del 62%. Mientras que la influencia de las principales emociones negativas sobre el voto de izquierdas (PSOE y SUMAR principalmente) tiene un peso menor que se corresponde al 42%. Respecto a los partidos nacionalistas la explicación del voto futuro de las principales emociones negativas se sitúa entre el 32% y el 35% (ERC, JUNTS, EH-BILDU y EAJ-PNV). Las principales emociones negativas tienen más peso a la hora del voto futuro sobre partidos de derechas que sobre partidos de izquierdas o nacionalistas.

Figura 1.

Importancia de las emociones negativas en la intención de voto de indecisos (en porcentajes)



Fuente: Elaboración propia (2024).

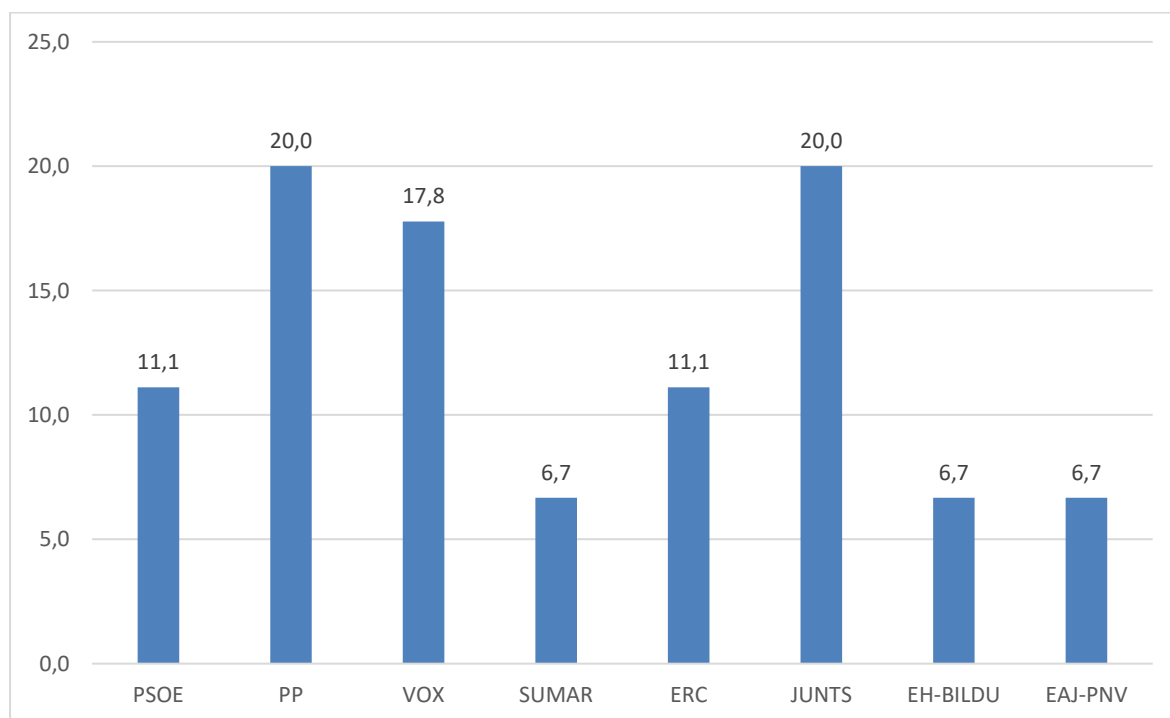
Estos resultados sugieren que las emociones negativas como la desconfianza, irritación y tristeza tienen un mayor impacto en el voto de los indecisos. La desconfianza es la emoción negativa más influyente, lo cual indica que los indecisos tienden a votar en contra de los candidatos o partidos que les generan desconfianza. Se ha demostrado que la desconfianza es la emoción que ha llevado al voto indeciso en el 17,1% de los encuestados. Explica que la decisión del voto dependerá de que vuelva a confiar en uno de los partidos políticos o uno de los líderes políticos actuales. La irritación y el aburrimiento también son factores importantes, posiblemente porque reflejan un rechazo o desencanto con la política y los políticos. Emociones como el miedo y la ansiedad, si bien tienen un peso menor, siguen siendo

relevantes para un segmento de votantes indecisos. Esto concuerda con estudios que muestran cómo los partidos y candidatos apelan a emociones como el miedo para movilizar el voto. Como vemos las emociones negativas, especialmente la desconfianza, juegan un papel importante en la decisión de voto de los indecisos.

De los resultados de la encuesta realizada las emociones negativas más puntuada después de la desconfianza son la irritación y el aburrimiento. Si analizamos estos datos segmentados por antiguos votantes de partido político vemos como se distribuye la importancia emocional negativa del voto de indecisos respecto a exvotantes de un determinado partido. Respecto a la desconfianza que es la segunda emoción negativa por peso representativo en la encuesta realizada vemos que los votantes de los partidos del PP y JUNTS son los que muestran elementos más altos de esta emoción. Seguidos del partido de VOX. La desconfianza es el principal factor para estos tres partidos que siguen unas tendencias emocionales muy parecidas en los resultados obtenidos para esta y otras emociones. Y el grupo de los partidos de SUMAR, EH-BILDU y EAJ-PNV muestran los valores más bajos respecto a esta emoción.

Figura 2.

Importancia de la emoción negativa de desconfianza por votante de determinados partidos (%)



Fuente: Elaboración propia (2024).

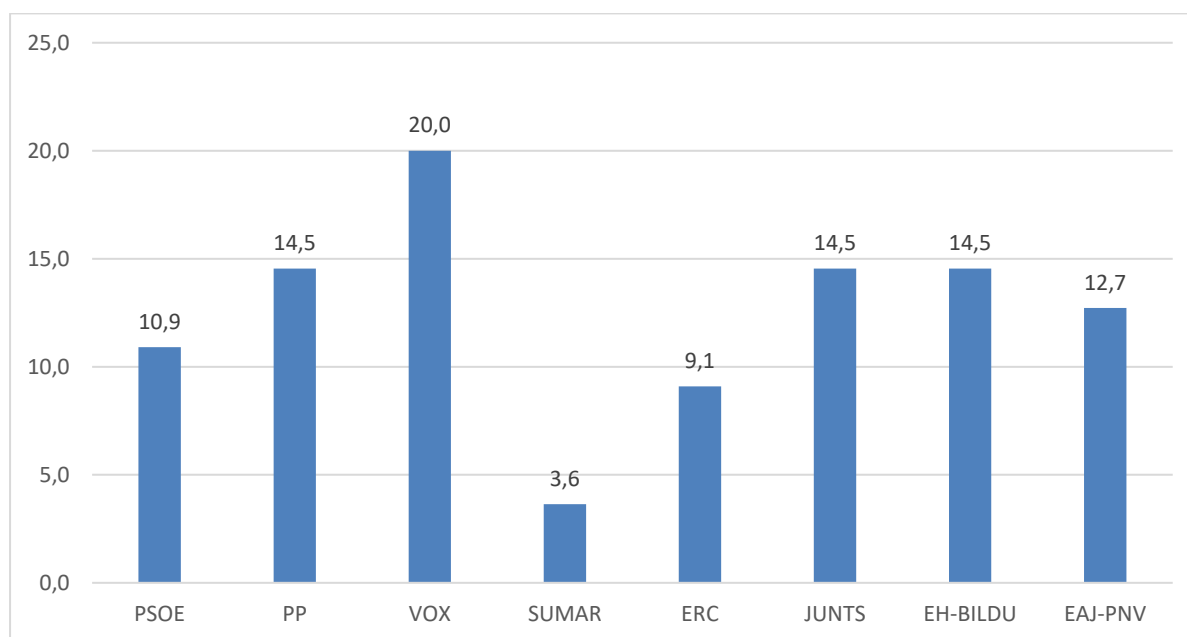
Estos datos sugieren que la desconfianza es un factor emocionalmente más relevante para explicar la indecisión del voto entre quienes anteriormente apoyaron a partidos de centro-derecha y derecha (PP, VOX, JUNTS), en comparación con los partidos de centro-izquierda y nacionalistas (PSOE, SUMAR, ERC, EH-Bildu, PNV). Esto indica que la emoción negativa de desconfianza podría tener un mayor impacto en la intención de voto de los indecisos que previamente apoyaron a opciones políticas más conservadoras. La emoción negativa de desconfianza parece tener un papel importante en la intención de voto de los indecisos, especialmente entre los votantes anteriores del PP (20%) y Vox (17,8%). En comparación, los votantes anteriores de SUMAR, ERC, EH-Bildu y EAJ-PNV muestran niveles más bajos de

desconfianza (6,7% cada uno), mientras que los del PSOE se ubican en un nivel intermedio (11,1%).

Estos hallazgos concuerdan con otros estudios que han encontrado que las emociones negativas, como la desconfianza, pueden tener un impacto significativo en la intención de voto, especialmente entre los indecisos o votantes que cambian de preferencia partidista. Por ejemplo, un estudio realizado en México (Fernández-Poncela, 2020) encontró que el miedo y la incertidumbre fueron emociones clave que influyeron en la decisión de voto durante las elecciones presidenciales de 2018. Otro estudio en España (Castilla y Bermejo, 2019) reveló que el uso de emociones negativas, como el enojo y el miedo, fueron estrategias comunes en las campañas electorales para movilizar a los votantes. Estos datos sugieren que la desconfianza, como emoción negativa, juega un papel relevante en la intención de voto de los indecisos, especialmente entre aquellos con antecedentes de haber votado por partidos de derecha o centroderecha. Esto concuerda con la literatura que destaca la importancia de las emociones, tanto positivas como negativas, en el comportamiento electoral. Es singular que en los momentos del análisis PSOE y SUMAR son una coalición de gobierno en España y los votantes de ambos muestran posicionamientos muy distantes respecto a esta emoción.

Figura 3.

Importancia de la emoción negativa de la irritación por votante de determinados partidos (%)



Fuente: Elaboración propia (2024).

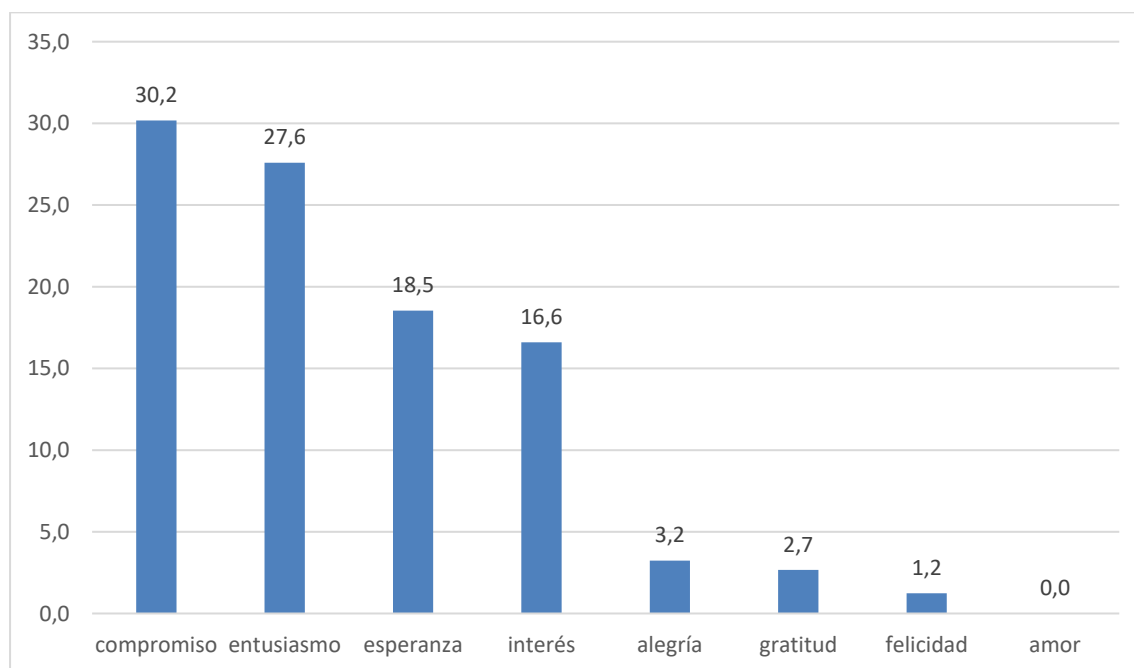
La irritación es el segundo factor emocional global por importancia a la hora de explicar la intención de voto futura de los indecisos, especialmente entre los exvotantes de partidos de derecha y extrema derecha. Según los datos obtenidos los votantes de VOX en el pasado muestran el mayor nivel de importancia de la irritación, con un 20% a la hora de explicar su tendencia de voto futuro. Los votantes del PP también presentan un nivel importancia alto respecto a la emoción negativa de la irritación con un 14,5%. En contraste, los votantes de SUMAR (izquierda) muestran un nivel de importancia de la irritación mucho más bajo, de solo un 3,6%. Estos hallazgos concuerdan con otros estudios que han encontrado que la irritación y las emociones negativas tienden a estar más asociadas con el apoyo a partidos de derecha y extrema derecha. Por ejemplo, un estudio analizó el papel de las emociones en la decisión de

voto en elecciones españolas (Jaráiz *et al.*, 2024) encontró que la irritación influía negativamente en la valoración de los líderes de los partidos tradicionales (PP y PSOE), pero se relacionaba positivamente con el voto al partido de izquierda alternativa EN MAREA (izquierda). Estos datos indican que la irritación y las emociones negativas hacia la política tienden a estar más presentes entre los antiguos votantes de partidos de derecha y extrema derecha, y que este factor emocional puede ser importante a la hora de explicar la intención de voto futuro de los indecisos en este espectro político.

Respecto a las emociones positivas las que tiene más peso son las de compromiso y entusiasmo seguido de la esperanza y el interés. Los resultados sobre las principales emociones positivas se ha visto que son variables menos importantes a la hora de explicar el voto sobre todo a partidos de derechas (PP y VOX principalmente) siendo una explicación del 32% de los resultados globales. Mientras que la explicación del voto de izquierdas (PSOE y SUMAR principalmente) tiene un peso mayor que corresponde al 52%. Respecto a los partidos nacionalistas la explicación del voto de las emociones positivas se sitúa entre el 61% y el 66% (ERC, JUNTS, EH-BILDU y EAJ-PNV). Las principales emociones positivas son explicativas del voto futuro sobre votantes indecisos en mayor medida sobre ex votantes de partidos de izquierdas y nacionalistas. Y siendo emociones menos explicativas que las emociones negativas en partidos de derecha.

Figura 4.

Importancia de las emociones positivas en la intención de voto de indecisos (%)

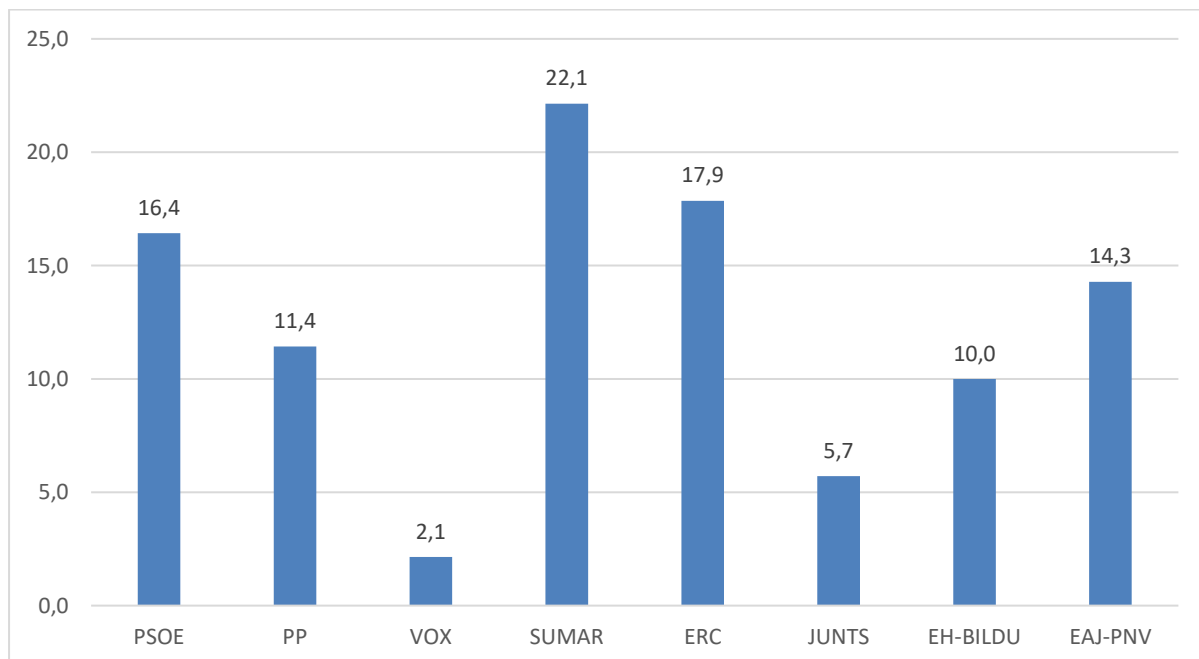


Fuente: Elaboración propia (2024).

La emoción positiva que más puntuaciones ha obtenido ha sido el compromiso situándose en lo más alto (30,2% sobre el total de emociones positivas). Le sigue el entusiasmo (27,6% sobre el total de emociones positivas) que junto a la anterior forman el primer grupo de emociones positivas y las dos suman una explicación del 57,8% sobre el total de las emociones positivas. El siguiente grupo este compuesto por la emoción de la esperanza y el interés que las dos suman una explicación del 35,1% sobre el total de las emociones positivas. Las otras emociones positivas tienen muy poco peso específico frente a la decisión de voto futuro de indecisos.

Figura 5.

Importancia de la emoción positiva del compromiso por votante de determinados partidos



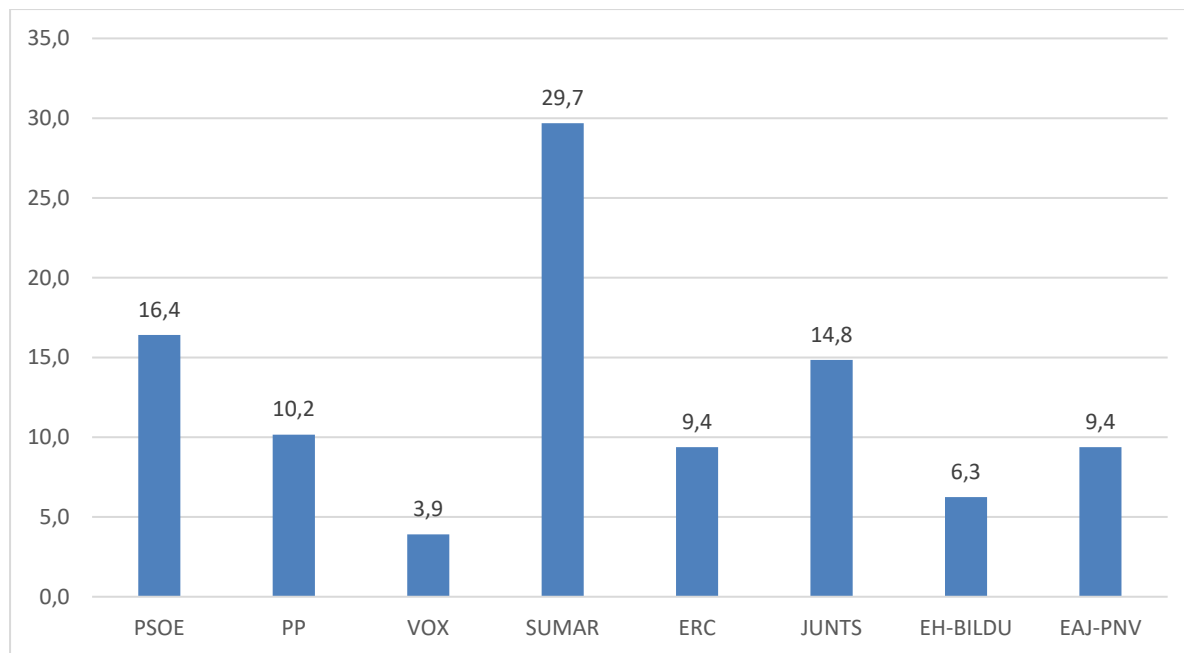
Fuente: Elaboración propia (2024).

La emoción del compromiso sigue un patrón diferente a la emoción positiva anterior. Lo que sí es común son los picos más altos y más bajos que corresponden a los partidos de SUMAR (donde para sus votantes en el pasado es una emoción explicativa muy importante del voto futuro) y VOX (donde es la emoción con menos peso). Pero fuera de estos extremos el recorrido que vemos es muy diferente. Encontramos un primer grupo formado por ERC, PSOE y EAJ-PNV donde la emoción tiene un valor significativo alto. Después encontramos el grupo formado por los partidos del PP y EH-BILDU con niveles similares. Y finalmente a menor peso que los anteriores el partido de JUNTS. Los grupos forman entelequias muy distantes a los valores ideológicos y políticos de los partidos, siendo una variable muy heterogénea.

La emoción positiva del compromiso es de las más importante para explicar la intención de voto futuro de los indecisos que han votado anteriormente por SUMAR (22,1%) y el PSOE (16,4%) en comparación con otros partidos como el PP (11,4%), EAJ-PNV (14,3%), ERC (17,9%) y EH Bildu (10%). VOX tiene el porcentaje más bajo (2,1%). Estos resultados sugieren que el compromiso es un factor emocional clave para los votantes indecisos de izquierda, especialmente de SUMAR y el PSOE, a la hora de decidir su voto futuro. En contraste, parece ser menos relevante para los indecisos de partidos de derecha y nacionalistas. Otros estudios han encontrado resultados similares sobre la importancia de las emociones positivas, como la esperanza y el orgullo, en la intención de voto. Un estudio realizado en Chile (Segovia, 2021) sobre una muestra de personas realizada en 2019 también demostró que las emociones positivas transmitidas por los candidatos a través de sus expresiones faciales y discurso aumentan la probabilidad de recibir el voto. Las emociones, particularmente el compromiso, juegan un papel significativo en la decisión de voto futuro de los indecisos, especialmente aquellos con inclinaciones de izquierda.

Figura 6.

Importancia de la emoción positiva del entusiasmo por votante de determinados partidos (%)



Fuente: Elaboración propia (2024).

El entusiasmo es una emoción positiva que tiene también un papel importante en la intención de voto futuro de los indecisos, variando según el partido que han votado anteriormente. Los votantes indecisos que anteriormente votaron por SUMAR muestran el mayor nivel de entusiasmo (29,7%). Los votantes indecisos que anteriormente votaron por el PSOE también presentan un nivel relativamente alto de entusiasmo (16,4%). Los votantes indecisos que anteriormente votaron por JUNTS (14,8%) y EAJ-PNV (9,4%) muestran niveles moderados de entusiasmo. Como vemos los votantes indecisos que anteriormente votaron por PP (10,2%), ERC (9,4%), EH-Bildu (6,3%) y VOX (3,9%) presentan los niveles más bajos de la emoción del entusiasmo a la hora de decidir su voto futuro. Esta emoción es mayoritaria entre los votantes de SUMAR a gran diferencia con el resto de los partidos. Se alinea como principal variable explicativa del voto para este partido muy por encima de la importancia que le dan los otros partidos. A mucha distancia estaría el grupo formado por votantes del PSOE y JUNTS. La importancia para estos dos partidos está casi a la mitad de los resultados de SUMAR. A menor distancia encontramos el grupo formado por partidos como JUNTS, PP, ERC y EAJ-PNV. Cabe destacar que para el partido VOX esta emoción es muy poco significativa entre sus antiguos votantes. Estos hallazgos son consistentes con otros estudios que han analizado el papel de las emociones, especialmente el entusiasmo, en la intención de voto futuro de los indecisos. Estos datos indican que el entusiasmo, como emoción positiva, juega un papel relevante en la intención de voto futuro de los indecisos, variando según su preferencia partidista previa. Los votantes indecisos que anteriormente apoyaron a partidos de cambio muestran mayores niveles de entusiasmo.

También se ha analizado el grado de correlación entre los diversos partidos y el conglomerado de emociones positivas y negativas. El resultado es que los partidos de derechas (PP y VOX) tienen unas correlaciones más altas con las emociones negativas. El coeficiente de correlación de Pearson entre las emociones negativas y los votantes del PP ha alcanzado un valor de 0.73 (estadísticamente relevante al 95% del nivel de confianza p -valor $<0,05$) lo que denota el grado

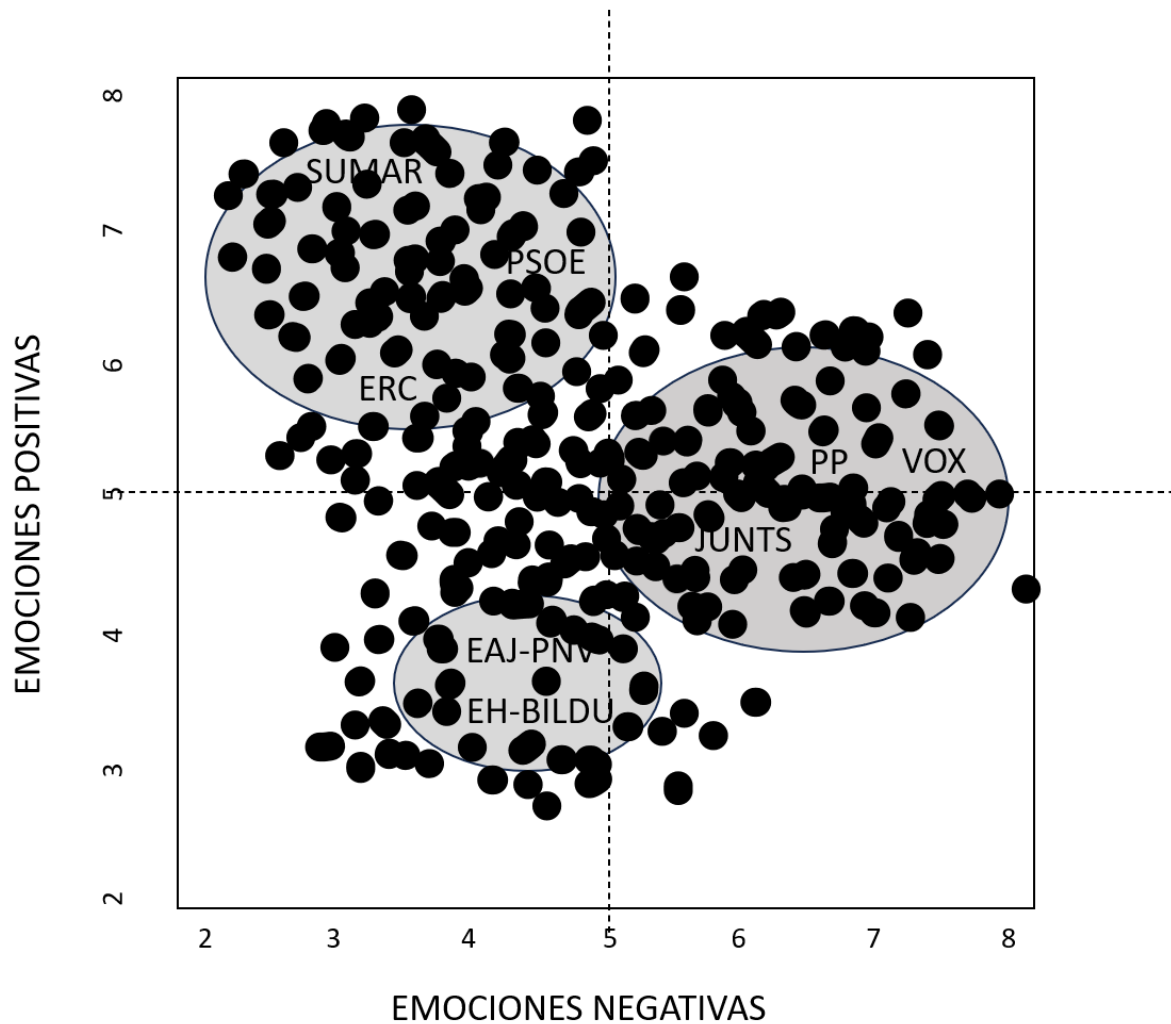
de influencia entre las emociones negativas. Respecto a los votantes de VOX el coeficiente de correlación de Pearson entre las emociones negativas y los votantes ha alcanzado un valor de 0,81 (estadísticamente relevante al 95% del nivel de confianza $p\text{-valor}<0,05$) lo que denota un mayor grado de influencia entre las emociones negativas.

Entre los partidos de izquierdas como PSOE y SUMAR la correlación respecto a las emociones negativas ha sido menor. El coeficiente de correlación de Pearson entre las emociones negativas y los votantes del PSOE ha alcanzado un valor de 0,53 (estadísticamente relevante al 95% del nivel de confianza $p\text{-valor}<0,05$). Con un resultado de veinte puntos por debajo de los votantes del PP lo que denota el grado de influencia entre las emociones negativas y estos votantes muy inferior. Respecto a los votantes de SUMAR el coeficiente de correlación de Pearson entre las emociones negativas y los votantes ha alcanzado un valor de 0,46 (estadísticamente relevante al 95% del nivel de confianza $p\text{-valor}<0,05$) un valor aún menor que el resultado del PSOE. Respecto a los partidos nacionalistas (ERC, JUNTS, EAJ-PNV y EH-BILDU) el resultado ha sido entre el 0,31 y el 0,38 (estadísticamente relevante al 95% del nivel de confianza $p\text{-valor}<0,05$) lo que nos da una relación débil o moderada en estos casos. No siendo las emociones negativas las emociones principales del modelo explicativo de opción de voto.

En el análisis del grado de correlación entre los diversos partidos y el conglomerado de emociones positivas se han podido observar elementos opuestos a los resultados anteriores. Entre los partidos de izquierdas como PSOE y SUMAR la correlación respecto a las emociones positivas ha sido muy alta. El coeficiente de correlación de Pearson entre las emociones positivas y los votantes del PSOE ha alcanzado un valor de 0,82 (estadísticamente relevante al 95% del nivel de confianza $p\text{-valor}<0,05$). Lo que denota el grado de influencia entre las emociones positivas y estos votantes. Respecto a los votantes de SUMAR el coeficiente de correlación de Pearson entre las emociones positivas y los votantes ha alcanzado un valor aun mayor de 0,93 (estadísticamente relevante al 95% del nivel de confianza $p\text{-valor}<0,05$) lo que implica un muy alto grado de correlación. Los partidos de derechas (PP y VOX) tienen unas correlaciones más bajas con las emociones positivas. El coeficiente de correlación de Pearson entre las emociones positivas y los votantes del PP ha alcanzado un valor de 0,61 (estadísticamente relevante al 95% del nivel de confianza $p\text{-valor}<0,05$) lo que denota el grado de influencia entre las emociones positivas. Respecto a los votantes de VOX el coeficiente de correlación de Pearson entre las emociones positivas y los votantes ha alcanzado un valor de 0,52 (estadísticamente relevante al 95% del nivel de confianza $p\text{-valor}<0,05$) lo que denota un menor grado de influencia entre las emociones positivas y su posicionamiento de voto.

Figura 7.

Análisis de las emociones sobre intención de voto y agrupaciones



Fuente: Elaboración propia (2024).

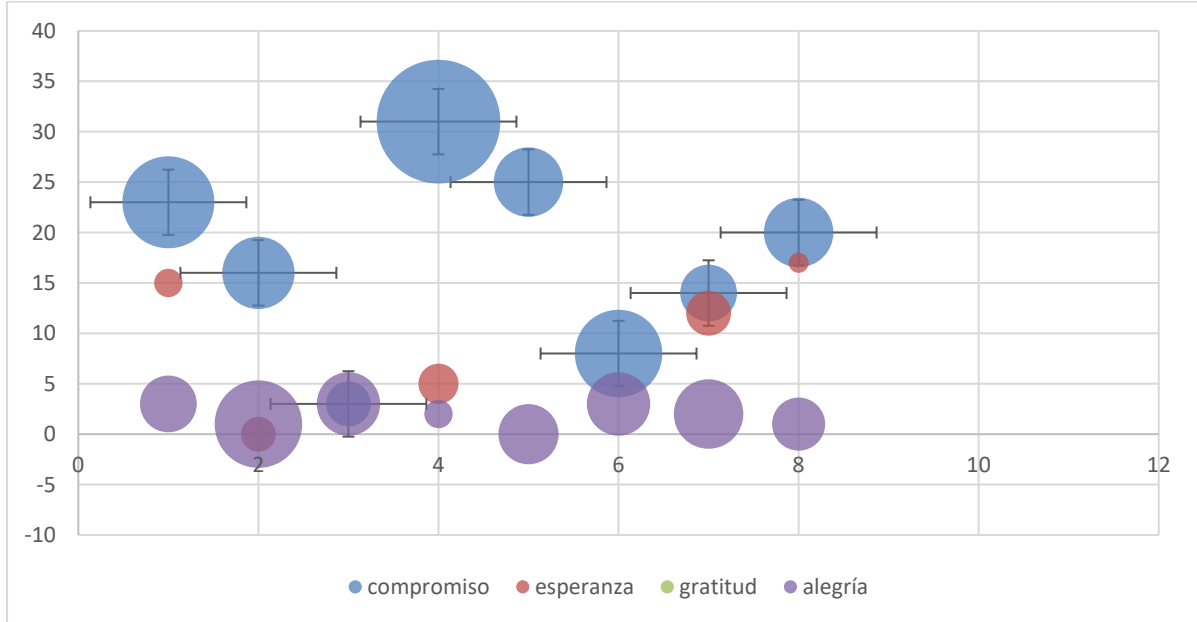
Se ha completado el análisis con sendas regresiones para generar las agrupaciones de partidos en función del modelo de importancia de tipo de emoción asociada a intención de voto futuro. Como resultados vemos que se han generado tres esferas o agrupaciones de partidos. En el primer cuartil se han encontrado los partidos con alto nivel de representación hacia las emociones positivas. Se trata de los partidos SUMAR, PSOE y ERC que, aunque se encuentra en el límite y tiene menos peso las emociones positivas entre de lleno en el cuartil señalado. El segundo grupo o conglomerado estaría formado por los partidos del PP, VOX y JUNTS que se situaría entre el segundo y cuarto cuartil donde predominan las emociones negativas como significativas a la hora de la intención del voto, pero a nivel medio entre la significación de las emociones positivas y negativas. Y finalmente el conglomerado formado por los partidos nacionalistas vascos (EAJ-PNV y EH-BILDU) que serían un modelo explicativo donde la influencia de las emociones negativas o positivas es muy baja.

También en el análisis sobre las emociones en la política hemos encontrado que el momento actual de polarización política alta genera posiciones más extremas en los sentimientos hacia la política. Donde la relación y la correlación es más significativa y de mayor nivel reflejando posicionamientos más altos ante opciones de voto más mayoritarias (sobre partidos más

mayoritarios como el PSOE o el PP) y mucha menor polarización entre los partidos nacionalistas como ERC, JUNTS, EAJ-PNV y EH-BILDU.

Figura 8.

Emociones positivas sobre el posicionamiento de voto pasado y futuro

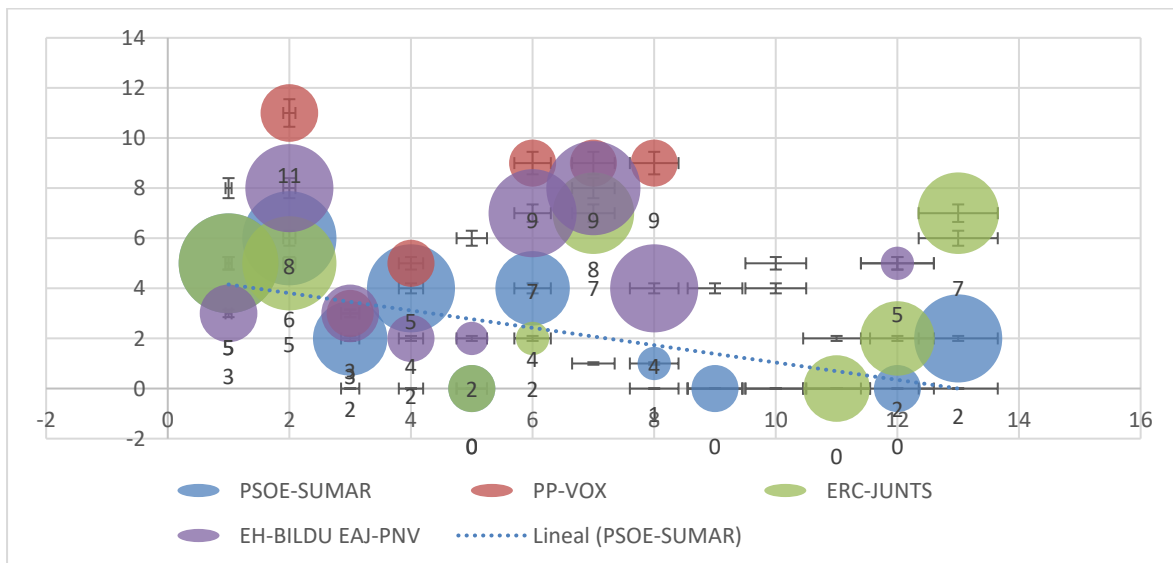


Fuente: Elaboración propia (2024).

El modelo de análisis de regresión nos muestra además que la simpatía por el principal partido de la oposición (PP) se encuentra intrínsecamente relacionada con modelos de comprensión dirigidos hacia sentimientos negativos de líderes y posicionamiento político más polarizado.

Figura 9.

Análisis relacional de las emociones sobre intención de voto futuro



Fuente: Elaboración propia (2024).

Como se puede observar el actual momento de polarización política se ha llevado al campo de las emociones. Los partidos que están en la oposición (PP y VOX) tiene un grado de relación más próximo con las emociones negativas mientras que los partidos de gobierno (PSOE y SUMAR) entran en relación con las emociones positivas y un compromiso mayor con sus votantes de elecciones pasadas. La línea tendencial de los partidos de gobierno vemos que tiene una tendencia negativa que va de los 4 a los 0 puntos porque el análisis demuestra que el modelo explicativo de las emociones sobre la intención de voto futuro no es un modelo explicativo fuera de los posicionamientos mayoritarios. En virtud de ello los partidos nacionalistas tanto catalanes como vascos cuentan con resultados explicativos débiles y poco fiables dentro del modelo de análisis de las emociones que hemos presentado.

4. Discusión

Siguiendo el modelo explicativo del comportamiento electoral de la Escuela de Michigan hemos trazado el grado de importancia de las emociones respecto a la intención de voto futuro sobre personas indecisas en España. La identificación partidista ha sido el eje principal del análisis observando los partidos y agrupaciones que definían modelos emocionales diferenciados. El enfoque psicosocial ha dado como resultado que los efectos de la polarización política son visibles hoy en día cuando analizado el aspecto emocional de la intención de voto futuro. Según el modelo explicativo de la Escuela de Michigan las emociones positivas tienen más peso para explicar las opciones de voto. Esto ha sido así en los indecisos antiguos votantes de partidos de izquierda o nacionalistas, pero no ha sido así en partidos de derechas. Cabe destacar que en el momento del estudio existía un gobierno en España formado por una coalición de partidos de izquierdas (PSOE y SUMAR) y que los partidos de derechas (PP y VOX) están en la oposición.

Las emociones son vistas como una herramienta que ayuda a la gestión del voto futuro y modela posicionamientos electorales (Montecinos, 2007; Barreto y Medina-Arboleda, 2021) y en este caso las emociones nos llevan a la explicación del modelo causal de intención de voto futuro en España. Se ha podido comprobar como la polarización política evidencia que partidos en la oposición tienden a sumarse a modelos explicativos del voto basados en las emociones negativas mientras que los partidos que ostenta el poder tienden a asociarse a emociones positivas.

Diversos autores han analizado cómo las emociones afectan las decisiones de voto de los ciudadanos. Por ejemplo, Brader (2005) encontró que el miedo y la ansiedad generados por los mensajes políticos pueden influir significativamente en el voto. Otros autores Marcus, Neuman y MacKuen (2000) señalan que las emociones negativas como el disgusto y la ira suelen estar más asociadas al rechazo de candidatos o partidos de gobierno. Los resultados de la encuesta destacan la relevancia de la desconfianza como factor clave en el voto futuro de los indecisos. Esto concuerda con estudios previos, como el de Hetherington (1999), que enfatizan la importancia de la desconfianza en las instituciones y los líderes políticos para determinar el voto. Además, investigaciones como las de Valentino *et al.* (2011) sugieren que las emociones negativas, como el miedo y la ansiedad, pueden tener un efecto movilizador en el electorado, llevándolos a participar más activamente en los procesos electorales. Los hallazgos de la encuesta sobre la relevancia de emociones negativas como la desconfianza, la irritación y la tristeza en el voto futuro de los indecisos, se alinean con los resultados de estudios previos en este campo. Esto subraya la importancia de que los partidos y candidatos políticos comprendan y aborden adecuadamente las emociones de los votantes durante las campañas electorales.

Crespo Martínez y Rojo Martínez (2022) muestran que las emociones que más presencia adquieren son las que podemos considerar negativas y, entre ellas, especialmente, el enfado y la indignación (16,20% y 21,80% respectivamente). En contraposición, la ilusión o la alegría solo aparece el 11% de las veces. La tristeza supone el 9,9% de los casos, seguida de la diversión (9,10%). Que la indignación y el enfado sean las principales emociones relacionadas con lo político en redes sociales uno-a-uno como WhatsApp responde directamente a nuestro supuesto teórico y apunta a un elevado grado de polarización, algo que se refuerza por el acumulado superior de las emociones claramente negativas (tristeza, indignación, o enfado) frente a las claramente positivas (diversión, ilusión, y alegría). Respecto a si son modelos explicativos el análisis de las emociones se ha podido comprobar como existe una relación directa entre unas determinadas emociones y la intención de voto futuro de un individuo indeciso. Existe una clara relación directa entre estas y entre los votantes de un determinado partido en el pasado. El modelo explicativo de las emociones respecto a los partidos estaría explicado dentro del análisis de las emociones grupales al ser modelos explicativos en un conjunto, pero no singularmente. En el contexto político y ante situaciones de crisis, las emociones intergrupales son usadas en la comunicación política por instituciones (Fernández-Poncela, 2020).

5. Conclusiones

Respecto al primer objetivo de si se podido comprobar si el análisis de las emociones asociadas a los votantes indecisos de un determinado partido que votaron en el pasado puede generar modelos explicativos del voto futuro y diferencias entre partidos podríamos decir que sí. Se desprende del análisis que existen modelos diferenciados como que es más importante para los partidos de derechas las emociones negativas para explicar el modelamiento de opiniones e intención de voto futura, mientras que para los partidos de izquierdas o nacionalistas no es tan importante la influencia de las emociones negativas y se centran en el peso de las emociones positivas. Siendo un modelo más explicativo por las emociones positivas en los partidos nacionalistas que en los partidos de izquierdas en España.

Respecto al segundo de los objetivos que trataba de analizar si la polarización política evidencia modelos explicativos del voto basados en las emociones negativas vemos que claramente en un contrato de polarización política en España el modelo de las emociones negativas sí explica intencionalidades de voto futuro respecto a votantes en el pasado de partidos de derechas, pero no es mayoritaria esta explicación respecto a partidos de izquierdas o nacionalistas. En el momento actual de gran polarización política las emociones negativas no son un modelo explicativo para todo el panorama política actual pero sí para una determinada parte del electorado.

Finalmente, respecto al tercer objetivo de nuestro análisis se ha podido constatar que no es verdad que los partidos mayoritarios estén asociados a emociones positivas y que sus votantes tienden a dar más importancia a las emociones positivas que las negativas. En el modelo explicativo vemos como existe una relación directa entre los partidos de gobierno y las emociones positivas y los partidos de la oposición y las emociones negativas. No siendo una variable importante la diferenciación entre partidos mayoritarios y partidos minoritarios. Los partidos nacionalistas, tanto vascos como catalanes, siendo partidos minoritarios que han estado próximos al gobierno (próximos al PSOE y SUMAR al dar sus votos a las principales propuestas de estos partidos) han ofrecido un modelo explicativo más relevante respecto a las emociones positivas que a las negativas.

6. Referencias

- Amadeo, B. (2016). El estudio de la comunicación gubernamental: líneas de investigación y futuros desafíos. *Austral Comunicación*, 5(2), 155-181. <https://doi.org/10.26422/aucom.2017.0502.ama>
- Arias, M. (2018). *La democracia sentimental. Política y emociones en el siglo XXI*. Indomit.
- Barreto, I. y Medina-Arboleda, I. F. (2021). Political communication and ideology. En C. Zuniga y W. Lopez-Lopez (Eds.), *Political Psychology in Latin America* (pp. 175-195). American Psychological Association (APA). <https://doi.org/10.1037/0000230-009>
- Bélanger, É. (2014). Antipartyism and Third-Party Vote Choice: A Comparison of Canada, Britain and Australia. *Party Politics*, 37(9), 1054-1078. <https://doi.org/10.1177/0010414004268847>
- Betz, H. (1990). Politics of Resentment: Right-Wing Radicalism in West Germany. *Comparative Politics*, 23(1), 45-60. <https://doi.org/10.2307/422304>
- Betz, H. y Johnson, C. (2004). Against the Current—Stemming the Tide: The Nostalgic Ideology of the Contemporary Radical Populist Right. *Journal of Political Ideologies*, 9(3), 311-327. <https://doi.org/10.1080/1356931042000263546>
- Bittner, V. (2023). Dialectic icons: controversial public figures as emotional catalysts in contentious political discourse. *Emotions and Society*, 5(3), 257-276. <https://doi.org/10.1332/263169021X16824558710337>
- Bonansinga, D. (2020). Who Thinks, Feels. The Relationship Between Emotions, Politics and Populism. *Partecipazione e Conflitto*, 13, 83-106. <https://doi.org/10.1285/I20356609V13I1P83>
- Brader, T. (2005). Striking a responsive chord: How political ads motivate and persuade voters by appealing to emotions. *American Journal of Political Science*, 49(2), 388-405. <https://doi.org/10.1111/j.0092-5853.2005.00130.x>
- Brader, T. y Marcus, G. E. (2013). Emotion and political psychology. En L. Huddy, D. O. Sears y J. S. Levy (Eds.), *The Oxford handbook of political psychology* (2ª ed., pp. 165-204). Oxford University Press.
- Camps, V. (2012). *El gobierno de las emociones*. Herder Editorial.
- Crespo Martínez, I. y Rojo Martínez, J. M. (2022). Conversación y difusión de información política en WhatsApp: un análisis de la “caja negra” desde las teorías de la interacción en redes sociales. *Revista de Comunicación*, 21(1), 117-136. <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A6>
- Devos, T., Silver, L., Mackie, D. y Smith, E. (2003). Experiencing intergroup emotions. En D. Mackie y E. Smith (Eds.), *From prejudice to intergroup emotions theory* (pp. 111-134). Psychology Press.

- Downs, A. (1957). *An economic theory of democracy*. Harper and Row.
- Duncombe, C. (2019). The Politics of Twitter: Emotions and the Power of Social Media. *International Political Sociology*, 13(4), 409-429. <https://doi.org/10.1093/ips/olz013>
- Durnová, A. (2018). Understanding emotions in policy studies through Foucault and Deleuze. *Politics and Governance*, 6(4), 95-102. <https://doi.org/10.17645/pag.v6i4.1528>
- Fernández-Poncela, A. M. (2020). Voto: candidatos y emociones. *Sociológica México*, 35(99), 167-202. <https://acortar.link/6CZ8uX>
- Fernández, J. L. y Sznajder, B. (2013). Comunicación de gobierno: reflexiones en torno a un objeto. *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 6(2), 489-515. https://doi.org/10.5209/rev_pepu.2012.v6.n2.41246
- Fullerton, A. H., Gabehart, K. M., Yordy, J. y Weible, C. M. (2023). Analysing emotional discourse among allies and opponents in the news media. *Emotions and Society*, 5(3), 296-314. <https://doi.org/10.1332/263169021X16893162013622>
- Hetherington, M. J. (1999). The effect of political trust on the presidential vote, 1968–96. *American Political Science Review*, 93(2), 311-326. <https://doi.org/10.2307/2585398>
- Ignazi, P. (2003). *Extreme Right Parties in Western Europe*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/0198293259.001.0001>
- Jaráiz Gulías, E., Vicente Iglesias, G., y García-Maseda, M. (2024). Emociones y radicalización política: El paso del voto del PP a VOX. *Uru: Revista De Comunicación Y Cultura*, 9, 133-152. <https://doi.org/10.32719/26312514.2024.9.9>
- Kitschelt, H. (1995). *The Radical Right in Western Europe: A Comparative Analysis*. University of Michigan Press. <https://doi.org/10.3998/mpub.14501>
- Lipset, S. M. y Rokkan, S. (1992). Estructuras de división, sistemas de partidos y alineamientos electorales. En A. Batlle i Rubio (Ed.), *Diez textos básicos de ciencia política* (pp. 231-273). Ariel.
- Lisi, M. (2010). O voto dos indecisos nas democracias recentes: um estudo comparado. *Análise Social*, 45(194), 29-61. <https://doi.org/10.31447/AS00032573.2010194.02>
- López-López, Paulo C. y Serafín González. (2020). Temas, discurso y emociones en la extrema derecha europea: El caso de VOX en España. En E. Jaráiz, Á. Cazorla y M. Pereira (Eds.), *El auge de la extrema derecha en España* (pp. 419-447). Tirant lo Blanch.
- MacKuen, M. B. (2017). Measuring emotional response: Comparing alternative approaches to measurement. *Political Science Research and Methods*, 5(4), 733-754. <https://doi.org/10.1017/psrm.2015.65>

- Marcus, G. E., Neuman, W. R. y MacKuen, M. (2000). *Affective intelligence and political judgment*. University of Chicago Press.
- Meltzer, A. y Richard, S. (1981). A Rational Theory of the Size of Government. *Journal of Political Economy*, 89(5), 914-927. <https://doi.org/10.1007/BF00141578>
- Meltzer, A. y Richard, S. (1983). Tests of a rational theory of the size of government. *Public Choice*, 41(3), 403-418. <https://doi.org/10.1086/261013>
- Montecinos, E. (2007). Análisis del comportamiento electoral: De la elección racional a la teoría de redes. *Revista de Ciencias Sociales*, 13(1), 99-113. https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182007000100002
- Oñate, P., Pereira, M. y Mo Groba, D. (2022). Emociones y voto a VOX en las elecciones generales españolas de abril y noviembre de 2019. *Revista Española de Ciencia Política*, 58, 53-81. <https://doi.org/10.21308/recp.58.02>
- Segovia, C. (2021). Decidiendo por quién votar. Evidencia experimental del efecto de las emociones en el voto. *Colombia Internacional*, 1(107), 3-28. <https://doi.org/10.7440/colombiaint107.2021.01>
- Tausczik, Y. y Pennebaker, J. (2010). The psychological meaning of words: LIWC and computerized text analysis methods. *Journal of Language and Social Psychology*, 29(1), 24-54. <https://doi.org/10.1177/0261927X09351676>
- Valentino, N. A., Brader, T., Groenendyk, E. W., Gregorowicz, K. y Hutchings, V. L. (2011). Election night's alright for fighting: The role of emotions in political participation. *The Journal of Politics*, 73(1), 156-170. <https://doi.org/10.1017/S0022381610000939>
- Vasilopoulos, P., Marcus, G., Valentino, N. y Foucault, M. (2019). Fear, Anger, and Voting for the Far Right: Evidence From the November 13, 2015 Paris Terror Attacks. *Political Psychology*, 40(4), 679-704. <https://doi.org/10.1111/pops.12513>

CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

AUTOR:

Víctor Renobell Santaren

Universidad Internacional de la Rioja.

Profesor e investigador de la Universidad Internacional de la Rioja. Profesor Titular por ANECA con un sexenio de investigación reconocido. Coordinador del Grado en Ciencias Políticas de la Universidad Internacional de la Rioja. Doctor en Sociología por la Universidad de Barcelona. Máster en Ciencias Políticas. Máster MBA Internacional. Máster en Antropología y Comunicación Audiovisual. Director del Grupo de Investigación Democracia y Políticas Públicas (DEPOP) de la Universidad Internacional de la Rioja. Ha sido profesor en más de 9 universidades y centros universitarios españoles e internacionales. Y cuenta con más de 50 publicaciones científicas indexadas. victor.renobell@unir.net

Índice H: 11

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-6617-5020>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57542619000>

Google Scholar: <https://acortar.link/1aUuBj>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Victor-Renobell>

Academia.edu:

<https://universidadinternacionaldelarioja.academia.edu/VictorRenobell>