
**DIMENSIONES CULTURALES, AFECTIVAS Y COGNITIVAS DEL
COMPORTAMIENTO DE VOTO AL KIRCHNERISMO**
*DIMENSÕES CULTURAIS, AFETIVAS E COGNITIVAS DO COMPORTAMENTO
DE VOTO AO KIRCHNERISMO*
*CULTURAL, EMOTIONAL AND COGNITIVE DIMENSIONS OF KIRCHNERIST
ELECTORAL OPTION*

<http://dx.doi.org/10.1590/1807-03102015v27n2p351>

Silvina Brussino, Daniela Alonso y Débora Imhoff
Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, Argentina

RESUMEN

El objetivo del trabajo fue estudiar el comportamiento del voto kirchnerista de la elección presidencial argentina del 2011 y contribuir desde la perspectiva psico-política al análisis del comportamiento electoral. Para ello, se analizó cómo el clima socio-político, el cinismo político, la ideología política y las emociones hacia el sistema político inciden sobre la sofisticación política y la eficacia política interna y externa. Además, qué porcentaje de la varianza de la intención de voto hacia Cristina Fernández de Kirchner (dimensión conductual y afectiva) estaría determinada por estas variables. Se trabajó con una muestra cuotificada de 350 ciudadanos de 18 a 65 años de Córdoba/Argentina, relevada en los cinco días anteriores a la elección del 23 de octubre de 2011. Los resultados discuten el rol mediador de variables sociocognitivas en relación a la elección de un candidato presidencial. Se enfatiza la importancia de considerar variables afectivas y situacionales asociadas al contexto socio-político.

Palabras clave: comportamiento electoral; voto; ciudadanía; democracia.

RESUMO

O objetivo do trabalho foi estudar o comportamento do voto kirchnerista na eleição presidencial de 2011 e contribuir, a partir da perspectiva psicopolítica, à análise do comportamento eleitoral. Para isso, foi analisado como o clima eleitoral sociopolítico, o cinismo político, a ideologia política e as emoções em relação ao sistema político afetam a sofisticação política e eficácia política interna e externa. Além disso, qual é a percentagem da variação na intenção de votar em Cristina Fernandez de Kirchner (dimensão comportamental e afetiva) seria determinado por estas variáveis. Nós trabalhamos com uma amostra de 350 cidadãos de 18-65 anos, de Córdoba / Argentina, entrevistados nos cinco dias antes da eleição de 23 de outubro de 2011. Os resultados discutem o papel mediador das variáveis sócio-cognitivas em relação à escolha de um candidato presidencial. É enfatizada a importância de considerar variáveis afetivas e situacionais associadas com o contexto sociopolítico.

Palavras-chave: comportamento eleitoral, votação, cidadania, democracia.

ABSTRACT

This study aimed to analyze the election of Cristina Fernández de Kirchner in 2011's Argentine presidential election and contribute from a psycho-political perspective to voter behavior analysis. We discuss how the socio-political climate, political cynicism, political ideology and emotions around political system affect the sophistication and internal / external efficacy of politics. Also, we analyzed which percentage of variance in the intention to vote for Cristina Fernández de Kirchner (behavioral and affective dimensions) would be determined by these variables. We used data from a non-probabilistic sample of 350 Cordoba's citizens between 18-65 years; quota by gender, age and socio-economic status and surveyed in the last five days previous to election (October 23th, 2011). Results show the mediating role of social-cognitive variables relative to the election of a presidential candidate. In turn, we emphasize the relevance of considering affective and situational variables related to socio-political context.

Keywords: voting behavior; vote; citizenship; democracy.

Introducción

Octubre de 2011. Cristina Fernández de Kirchner (en adelante CFK) gana las elecciones presidenciales argentinas con 54% de los votos y un 63% de imagen positiva, recuperándose de la derrota electoral de 2009; año en el que un 57% de los ciudadanos argentinos manifestaba una imagen negativa (Catterberg & Palanza, 2012). Ciertos hitos políticos pueden ayudar a comprender este viraje electoral, tales como la interpelación al sentimiento nacionalista por la vía de la re-edición del conflicto por Islas Malvinas; la aprobación de la asignación universal por hijo que despertó la simpatía de los sectores más empobrecidos y la aprobación de la “ley de matrimonio igualitario” (ley 26.618), mediante la cual conquistó el apoyo de sectores de la clase media (Catterberg & Palanza, 2012). No obstante, estos autores señalan que los aspectos decisivos que implicaron un punto de inflexión fueron la recuperación económica y el fallecimiento de Néstor Kirchner en 2010. A su vez, se resalta la importancia de la estrategia discursiva de CFK, o lo que algunos autores denominan el “relato kirchnerista” (Caparrós, 2011), el cual basaría su efectividad en el hecho de que apela a las emociones, otorga identidad y genera mística (D’Adamo, 2013).

Particularmente, y en función de los objetivos de esta investigación, el estudio de las variables psicosociales y psicopolíticas que impactan en el apoyo electoral a los representantes políticos constituye una problemática central de la Psicología Política. Por ello, consideramos que se trata de un área disciplinar que puede otorgar elementos para comprender el apoyo electoral a CFK en 2011, permitiéndonos complementar el análisis macro político con una perspectiva micro política.

En esa línea, desde la psicología se han desarrollado distintas aproximaciones al estudio de la toma de decisiones políticas. A los fines del presente estudio, se retoma el modelo de racionalidad limitada (Jones citado en Ratto & Montero, 2013), que entiende que las personas no son procesadoras perfectas de información, sino que cuentan con constricciones cognitivas e informativas. Sin embargo, aunque los ciudadanos no tengan suficiente información, son capaces de tomar decisiones políticas razonadas en base a la utilización de heurísticos o atajos informativos (Lau & Redlawsk, 2001; Ratto & Montero, 2013). De este modo, el modelo de racionalidad limitada ilustra la diferencia entre una racionalidad perfecta como la que se sostenía desde los modelos puramente racionalistas y la realidad del comportamiento humano (Ratto & Montero, 2013).

En este marco, una serie de variables cognitivas y emocionales resultan relevantes para comprender el comportamiento político y electoral de la ciudadanía. Así, la sofisticación política se presenta como una dimensión de relevancia del procesamiento cognitivo. Algunos estudios la entienden simplemente como educación, y otros la consideran un constructo más complejo que involucra también el interés y conocimiento político (Weisberg & Nawara, 2010). En este sentido, sería es un indicador del desarrollo de los esquemas políticos (Rhee & Capella, 1997), que permite analizar la capacidad de las personas para conectar estos esquemas (conocimiento y el interés político), con las opiniones y decisiones sobre cuestiones de política (Michaud, Carlisle, & Smith, 2009). Al respecto, Lavine y Gschwend (2007) postulan que las personas con mayor nivel de sofisticación política estarían más en sintonía con el carácter abstracto del debate político; mientras que los no sofisticados responderían a los estímulos políticos usando consideraciones más simples y proximales. En consecuencia, es posible que los votantes más sofisticados se centren más en *issues* o temas políticos que los no sofisticados, quienes considerarían más bien las características de los candidatos (Weisberg & Nawara, 2010). Sin embargo, según Lavine y Gschwend (2007), este procesamiento de la información política requiere no sólo habilidad (conocimiento político), sino también la motivación. Otros estudios, indican que el interés y la motivación por la política constituyen factores determinantes en el nivel de conocimiento político, y éste es uno de los recursos principales que permite a los ciudadanos su participación en la toma de decisiones en sociedades democráticas (Sulmont, 2009). En consonancia, en el presente artículo se retoma una conceptualización de la sofisticación política que incluye no sólo al conocimiento político sino también al interés como aspecto motivacional de la búsqueda de información política. Para el caso específico del apoyo electoral al kirchnerismo, no se cuentan con datos sobre estas variables cognitivas, aunque sí se ha reportado que el nivel de información política tuvo una influencia positiva significativa sobre el voto a Néstor Kirchner en 2003 en presencia de la identificación partidaria. En el caso de CFK, la tendencia es contraria: fue más votada por aquellos menos informados políticamente (Tagina, 2010).

En torno a la eficacia política, que implica la auto-percepción de competencia en asuntos políticos en su dimensión interna; y que en su dimensión externa refiere a la percepción de la capacidad del gobierno y las instituciones políticas de dar respuesta a la intención del ciudadano de influir en aspectos gubernamentales

(Brussino & Rabbia, 2007), se evidencia que ambas tienen un impacto significativo y positivo sobre la participación política y social en general (Velásquez, Martínez, & Cumsille, 2004) y sobre el comportamiento de voto en particular (Michelson, 2000). En este último caso, los antecedentes señalan que la eficacia política externa sería un mejor predictor del voto que la eficacia política interna, lo cual resulta esperable en una democracia representativa (Kahne & Westheimer, 2006). Asimismo, Michelson (2000) indica que el impacto de la eficacia política externa en el comportamiento electoral podría variar en función de las expectativas del ciudadano y sería más relevante para aquellos que creen que su voto puede influir en el resultado final, que para aquellos que votan simplemente porque es un deber cívico. A su vez, se sostiene que la eficacia política se relaciona con aspectos de la sofisticación política: aquellos ciudadanos con mayores niveles de eficacia política, tienden a seguir más la política, prestar más atención a las campañas y discutir sobre política (Michelson, 2000).

Por otra parte, los estados emocionales constituirían influencias relevantes en las actitudes y en el procesamiento de la información política (Hunt, Ergun, & Federico, 2008). En esa línea, antecedentes señalan que las emociones negativas disminuirían la cantidad y calidad de la búsqueda de información política y el nivel de conocimiento político (Valentino, Hutchings, Banks, & Davis, 2008). En contraposición, Hunt, Ergun y Federico (2008) encuentran que, en general, las emociones positivas tienden a incrementar el procesamiento heurístico de la información política, mientras que en el caso de las emociones negativas, su rol es menos consistente. En el mismo sentido, Valentino et al. (2008) encuentran en un contexto experimental, que el enojo reduce el tiempo dedicado a la búsqueda de información; mientras que el efecto de la ansiedad depende del contexto, pudiendo reducir la búsqueda general de información al enfocar la atención en un conjunto más pequeño de información o puede incrementar la búsqueda. De este modo, los antecedentes destacan la necesidad de considerar otras variables en relación a la intensidad afectiva. Particularmente, se destaca el rol del conocimiento y la sofisticación política en el impacto de las emociones en el procesamiento de la información. Al respecto, Delli Carpini y Keeter (1996) sugieren que la emoción tendría una influencia mayor entre aquellos que tienen menor conocimiento, puesto que constituye la fuente más accesible de información en la que las personas basarían sus actitudes. Actualmente, Miller (2011) ha objetado esta proposición al sostener que la noción de que los ciudadanos menos sofisticados

políticamente serían los que más utilizan la emoción como heurístico, formaría parte de un prejuicio que entiende a la emoción como “peligrosa” y no “deseable”. En esa línea, examina la influencia de las emociones en el comportamiento de voto y encuentra que los participantes más sofisticados políticamente son los que más utilizan las emociones. A su vez, Finn y Glaser (2010) hallaron que las emociones hacia los candidatos presidenciales Obama y McCain constituyeron predictores de la opción de voto en 2008, más allá de la ideología y la identificación partidaria. Al respecto, indican que las apelaciones políticas de corte emocional resultan una de las estrategias más efectivas en el marco de las campañas electorales.

Por otra parte, el clima socio-político resulta una variable de relevancia en tanto refiere a las emociones que son percibidas en una sociedad en relación con su situación sociopolítica, en condiciones relativamente estables (Zubieta, Delfino, & Fernández, 2008). Así, la confianza o el enojo con el gobierno están condicionados por la situación social, económica y política, y por cómo los líderes políticos y los diversos agentes sociales estructuran esta situación (Zubieta et al., 2008). En determinados climas socioemocionales, las personas experimentan emociones ante los objetos sociales que impactan en las conductas colectivas y de participación social (Skitka, Bauman, & Mullen, 2004; Zubieta et al., 2008). De este modo, es posible que la percepción de clima socio-emocional afecte las actitudes hacia los candidatos, más aún en contextos de reelección como es en el caso del acto electoral analizado en este trabajo. En este sentido, Tagina (2010) destaca que los aspectos relacionados a la percepción del contexto económico y el desempeño de gobierno -si bien diferentes al clima socio-emocional- tienen un impacto mayor en la decisión de voto cuando un candidato se postula a la reelección que cuando el oficialismo presenta otro candidato. Así, las expectativas positivas sobre el futuro del país correlacionan positivamente con el voto oficialista (Tagina, 2012).

Otra variable de relevancia en los estudios de voto es el cinismo político, comprendido como una dimensión de la alienación política (Southwell, 2008) que remite a la percepción de que los políticos no se ocupan de los intereses y problemas del pueblo sino de sus intereses personales (Paramio, 1999). Según Southwell (2012) es posible que una persona políticamente cínica se sienta además políticamente ineficaz, lo que podría conducir -en un contexto electoral no obligatorio- a no concurrir a votar; mientras que otra persona igualmente cínica, puede creer en su capacidad de influir en el sistema político

(eficacia política interna) y por ello, participar políticamente. En consecuencia, se constatan evidencias contradictorias respecto a la relación entre el nivel de cinismo político y la frecuencia de voto en democracias donde el voto no es obligatorio (Bromley & Curtice, 2004; Southwell, 2008). Sin embargo, no se cuenta con datos de contextos donde el voto es obligatorio; de modo que se considera pertinente analizar el comportamiento de esta variable en relación al voto al kirchnerismo.

Por otra parte, algunos autores sostienen que los medios de comunicación generan un aumento en el nivel de cinismo político de los ciudadanos, dado el tono crítico que la prensa utilizaría para hablar de los políticos. En esa línea, se ratifica que aquellos ciudadanos más informados, manifestarían un mayor nivel de cinismo político, aunque la relación es débil (Bromley & Curtice, 2004). Sin embargo, otros estudios señalan que esta influencia depende de la estrategia de información del medio y que, además, el cinismo político se encuentra relacionado positivamente a la sofisticación política (De Vreese, 2005). Asimismo, otros estudios postulan que un mayor conocimiento cívico (uno de los componentes asociados a la sofisticación política) no sólo disminuye los niveles de desconfianza y cinismo, sino que también promueve el apoyo a valores democráticos (Galston, 2001).

A su vez, resulta imprescindible la consideración de variables típicas de los estudios de cultura política como la ideología política, la cual incidiría en la conducta de voto (González & Darias, 1998). No obstante, la ideología política constituye uno de los predictores menos significativos del comportamiento de voto a Néstor Kirchner y a CFK en las elecciones de 2003 y 2007 de acuerdo a los resultados de Tagina (2010). En consonancia, Soares Costa y Rivera Otero (2012) observan una pérdida progresiva de influencia de esta variable, a partir de los '80 en Portugal. Así, sostienen que los factores tradicionales de largo plazo (ideología, valores) han perdido influencia y empiezan a predominar factores de corto plazo, como la evaluación de un determinado líder y la dimensión de *accountability* (rendición de cuentas). Si bien sería esperable que el ciudadano elija a sus candidatos en función de una cercanía ideológica (voto ideológico), algunos autores sostienen que también toma relevancia el voto por resultados, esto es, un voto guiado por la evaluación de la gestión del candidato efectuada por el ciudadano (Fraile, 2007; Tagina, 2012). Ambos tipos de voto requerirían de un cierto nivel de conocimiento político. No obstante, los resultados de Fraile (2007) indican que en el caso del voto ideológico el nivel de conocimiento político requerido es menor: el

suficiente para ubicar eficazmente a los candidatos en una escala ideológica. En contraposición, De la Calle (2010) sostiene que no sería acertado sostener que los ciudadanos que no se identifican con una ideología determinada usen las evaluaciones de desempeño del gobierno. En su opinión, existiría en general una ligera tendencia a votar al gobierno que está en el poder. Esto es consistente con antecedentes como los de Tagina (2010) donde se destaca el rol del *accountability* (o rendición de cuentas) en el voto oficialista.

Finalmente, algunos estudios analizan el comportamiento de voto en clave socio-demográfica. Así, De la Calle (2010) indica que el género, la edad y la educación tienen influencia en la preferencia por votar a quien ya está en el poder. No obstante, la investigación en el área constata resultados contradictorios (Grossi, Herrero, Rodríguez, & Alonso, 2000). Coincidentemente, González y Darias (1998) sostienen que la influencia de variables como la edad, género, nivel socio-económico y nivel educativo podrían tener una influencia indirecta sobre el voto, mediada por variables psicológicas.

En lo concerniente específicamente al voto kirchnerista, Tagina (2010) encuentra que si bien los principales predictores del comportamiento de voto a Néstor Kirchner en 2003 y a CFK en 2007 fueron la identificación partidaria, la auto-percepción de clase y los factores contextuales de clima; algunas variables socio-demográficas realizaron algunos aportes. Por ejemplo, la edad tuvo una relación inversa con la intención de voto a Néstor Kirchner, pero no tuvo una influencia significativa en el voto a CFK. Respecto del Nivel Socio-Económico, se registró una mayor tendencia a votar a ambos candidatos entre los sectores más bajos, aunque esta tendencia es menor entre los votantes de CFK. Finalmente, se registró mayor apoyo a ambos candidatos entre los votantes de menor nivel educativo. Tomados en conjunto, estos datos muestran que las variables socio-demográficas tuvieron menor influencia sobre el comportamiento de voto en el caso de CFK (2007), en comparación al 2003. Esto se corresponde con una mayor influencia de factores contextuales que según Tagina (2010) adquieren más relevancia en contextos de re-elección o de continuidad política.

En función de los antecedentes relevados, se pretende explorar cuáles son los principales predictores de la intención de voto a CFK en las elecciones de 2011. Asimismo, en base a modelos contrastados en estudio previos, analizar más detalladamente los efectos directos e indirectos de cada una de las variables implicadas en este proceso.

Hipótesis

En función de los antecedentes revisados, para el presente trabajo se consideraron las siguientes hipótesis:

- La sofisticación política, como indicador del procesamiento de la información política, tiene influencia sobre el comportamiento de voto.
- La eficacia política externa e interna tienen relación positiva con el comportamiento de voto, aunque el impacto de la eficacia política externa es mayor.
- La sofisticación política se relaciona positivamente con la eficacia política interna y externa.
- La sofisticación política tiene un rol mediador en la relación de las emociones políticas (intensidad afectiva) sobre la toma de decisión de voto.
- La sofisticación política tiene un rol mediador en la influencia de la ideología política sobre el comportamiento electoral, aunque los antecedentes presentan evidencia contradictoria respecto del signo de esta relación.
- El cinismo político tiene relación con la sofisticación política, aunque la evidencia previa es contradictoria respecto al signo de esa relación.
- La eficacia política interna y externa tienen un rol mediador en la influencia del cinismo sobre el comportamiento de voto.
- La ideología política se relaciona con el comportamiento de voto, aunque la evidencia previa postula una pérdida progresiva de su influencia.
- La percepción de clima socio-emocional positiva se relaciona positivamente con el voto.

Método

Participantes

Se efectuó un muestreo por cuotas con un intervalo de confianza de 95,5% y un límite de error de +/- 6%, relevado durante cinco días previos a las elecciones presidenciales obligatorias del 23 de octubre de 2011. La muestra estuvo integrada por 350 participantes de 18 a 65 años de la ciudad de Córdoba (18-24 años = 23,3%, 25-29 años = 16,7%, 30-39 años = 22,5%, 40-49 años = 15,5% y 50-65 años = 22,1%). El 51% fueron mujeres y el 49% fueron hombres; el

51,6% pertenecían a nivel socioeconómico medio típico, medio superior y alto, el 24,4% al nivel bajo superior, el 14% a bajo inferior y el 10% a nivel marginal. El 35,3% de los participantes eligió a CFK; cabe señalar que el resultado electoral para CFK en Córdoba fue del 34,02% (Ministerio del Interior, 2011).

Instrumentos

Variables socio-demográficas (edad, sexo, nivel socioeconómico, nivel educativo): se construyeron preguntas cerradas de alternativa fija. El nivel socioeconómico se obtuvo a través de un índice que contempla la relación entre cantidad de personas que aportan ingresos y miembros del hogar, nivel educativo del principal sostén del hogar, su ocupación, cobertura de salud e indicadores de indigencia (Comisión de Enlace Institucional, AAM-SAIMO-CEIM, 2008). El nivel educativo fue operacionalizado según nivel de estudios completado.

Clima socio-emocional: adaptación del autoinforme de Clima Emocional (Páez et al., 1996), integrado por dos escalas: a) escala de clima socio-emocional positivo (7 ítems; $\alpha = .85$); y b) clima socio-emocional negativo (3 ítems; $\alpha = .85$). Las respuestas se presentaban con un formato tipo Likert de 5 puntos (1= nada de acuerdo; 5= totalmente de acuerdo).

Cinismo político: se utilizó la escala de González, Manzi y Cortés (2005), que valora la concepción que las personas tienen acerca de si los políticos no defienden los intereses colectivos en el ejercicio del poder. Posee 4 ítems que se responden al nivel de acuerdo en una escala Likert de 5 puntos. El Alfa de Cronbach para la escala fue de .88.

Ideología política: se usó la Escala de Ideología Política (Brussino, Alonso, & Dreizik, 2012) de 23 ítems situacionales sobre tópicos socio-políticos específicos en función del eje intervención – no intervención del Estado. Los ítems se estructuran en tres sub-escalas que explican el 43% de la varianza (KMO = .84 $p < .000$), con adecuados niveles de fiabilidad: Conservadurismo con 12 ítems (21,18% de varianza; $\alpha = .83$), Progresismo multiculturalista y garantista con 7 ítems (15,34% de varianza; $\alpha = .77$) y Progresismo moral con 4 ítems (6,37% de varianza; $\alpha = .70$). Cada ítem es respondido en una escala formato tipo Likert de 5 puntos.

Sofisticación política: se construye a partir de la Escala de Conocimiento Político y la Escala de Interés Político. (a) Escala de Conocimiento Político (Brussino, Sorribas, & Medrano, 2008): ocho reactivos sobre conocimiento político y cívico. El

encuestador puntúa la respuesta utilizando una escala de tres posiciones: correcta, parcialmente correcta o incorrecta. El puntaje de conocimiento político se obtiene a partir de la sumatoria total de la escala. Ésta presenta una estructura unidimensional que explica el 43% de la varianza y tiene un índice de Consistencia interna satisfactorio ($\alpha = .91$). (b) Escala de Interés en la Política (Brussino et al., 2006): consta de seis ítems que evalúan el interés en los procesos políticos, o en los resultados de éstos. Las opciones de respuestas van de 1- fuertemente en desacuerdo a 5- fuertemente en acuerdo. Su consistencia interna resultó satisfactoria ($\alpha = .90$).

Eficacia política interna y externa: se valoró con la versión adaptada localmente (Brussino, Sorribas, Rabbia, & Medrano, 2006) de la Escala de Niemi, Craig y Mattei (1991). Constan de cuatro ítems cada una, respondidos en una escala Likert de 5 puntos. El Alfa de Cronbach para la Eficacia Política Interna fue de .89 y para la Eficacia política Externa de .92

Intensidad afectiva hacia el sistema político (positiva y negativa): se valoró a través de una medida de autoinforme compuesta por seis ítems-estímulo ante los cuales la persona debe valorar su reacción emocional ante distintos aspectos referidos al funcionamiento del sistema político (democracia), en una escala tipo Likert de 5 puntos (de emoción no experimentada a emoción extremadamente experimentada) (Brussino et al., 2012). El análisis factorial exploratorio arroja dos factores que explican el 76,25% de la varianza (KMO=.88 $p < .000$). En el primer factor ($\alpha = .89$) se incluyen emociones negativas y ansiógenas, y en el segundo ($\alpha = .94$) emociones positivas.

Intención de voto CFK: se consideró a partir de un constructo latente conformado por: (a) un índice que ponderaba la dimensión conductual de votar a CFK por el nivel de importancia atribuido a este comportamiento (1= menor nivel de importancia; 5= máxima importancia); y (b) la dimensión afectiva de votar a CFK a partir del registro de *Intensidad Afectiva hacia CFK (Positiva y Negativa)*. Para ello, se utilizó la misma forma de operacionalización que en el caso de la intensidad afectiva hacia el sistema político, sólo que en este caso se puntuaba la reacción emocional (positiva y negativa) que generaba la imagen de la candidata. La confiabilidad de la escala de intensidad afectiva positiva es de $\alpha = .95$ y de la escala de intensidad afectiva negativa es de $\alpha = .79$.

Procedimiento y Análisis de Datos

La administración de los instrumentos se realizó individualmente, enfatizando la naturaleza voluntaria

y anónima de la participación. Inicialmente, el encuestador solicitaba información sobre las variables relativas a las características demográficas, si la misma se correspondía con la cuota asignada se procedía con la aplicación de los instrumentos; en caso de no corresponder, no se continuaba con la administración del cuestionario.

Inicialmente los datos fueron sometidos a análisis exploratorios para comprobar los supuestos concernientes a análisis multivariados (curtosis, asimetría, normalidad, valores perdidos y casos atípicos). Respecto de los índices de asimetría y curtosis, los resultados en general (valores ± 1) se consideran óptimos para aplicar el análisis multivariado planificado (George & Mallery, 2003). No se observaron casos anómalos mediante el empleo de la distancia de Mahalanobis. Posteriormente, se aplicó la técnica de *path* análisis. Se utilizó el método de estimación de Máxima Verosimilitud (Kline, 2010), mediante el programa AMOS 16 para SPSS. Para la evaluación del ajuste de los modelos propuestos se emplearon los indicadores de bondad de ajuste: estadístico Chi-cuadrado, índice de ajuste comparativo (CFI), índice de Bondad del Ajuste (GFI) y error cuadrático medio de aproximación (RMSEA) (Hu & Bentler, 1995). Los valores recomendados como indicadores de bondad de ajuste considerados fueron: para los índices CFI y GFI valores superiores a .95 son considerados como valores de ajuste excelentes, para el índice RMSEA valores entre .05 y .08 son considerados como aceptables y menores a .05 como óptimos.

Resultados

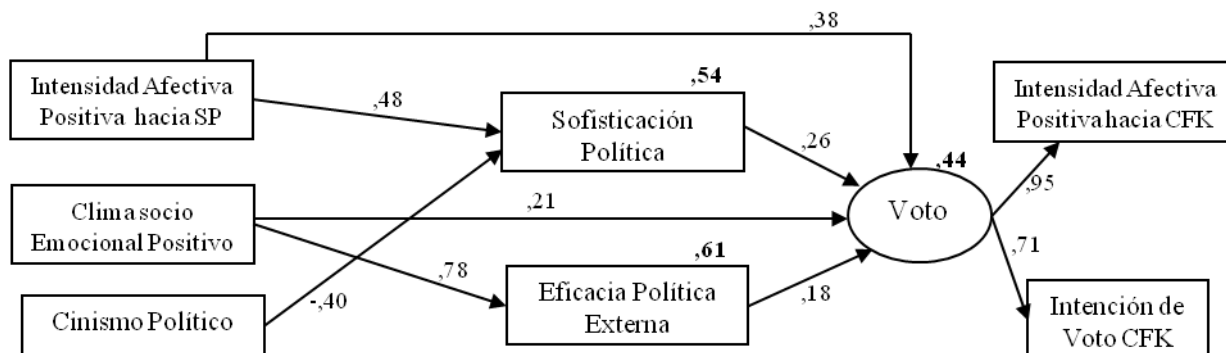
Inicialmente se procedió con la evaluación del modelo teórico, planteado a partir de los estudios antecedentes de modelado y cuyas relaciones fueron plasmadas en las hipótesis enunciadas. A través del método de estimación de Máxima Verosimilitud (MLE) – recomendado por la literatura especializada por ser el más utilizado y adecuado cuando se cumple con el criterio de normalidad (Lévy Mangin & Varela Mallou, 2003) –, se estimó el modelo y se procedió a la interpretación de su ajuste.

Para este modelo se observó que si bien los indicadores de ajuste eran aceptables ($\chi^2 (25) = 31,18$ $p \leq .18$; CFI= .989; GFI= .949 y RMSEA= .052) y la proporción de varianza explicada de la variable endógena pura a partir de todas las variables incluidas en el modelo fue del 46%, algunos coeficientes *path* no presentaron valores significativos. Se optó entonces por seguir las recomendaciones de Byrne (2001) y

eliminar dichas relaciones con el fin de aumentar la parsimonia del modelo. Así, se eliminaron las tres dimensiones de Ideología Política, y las relaciones correspondientes a éstas. Luego de eliminar los parámetros que no resultaron significativos se examinó la identificación del modelo con el número de parámetros a estimar (Uriel & Aldas, 2005). Se observó que el

modelo estaba sobreidentificado ($gl = 15$), por lo cual se procedió nuevamente al contraste y estimación del mismo, observándose que todos los indicadores del modelo re-especificado mejoraban el ajuste del modelo propuesto de acuerdo a los índices establecidos para tal fin ($\chi^2(9) = 11,32$ $p \leq .25$; CFI = .992; GFI = .967 y RMSEA = .056).

Figura 1. Modelo final de intención de voto hacia CFK



En la Figura 1 se muestran los parámetros estimados significativos con sus correspondientes efectos directos estandarizados (β) y coeficientes de determinación (R^2). En esta figura no se incluyen los términos de error de los ítems de las variables latentes para lograr una mayor claridad en la lectura del Modelo de Intención de Voto hacia CFK.

Como se aprecia en la Figura 1, el conjunto de variables incluidas aportan el 44% de explicación de la varianza de la intención de voto de CFK, un tamaño

importante considerando los criterios propuestos por Byrne (2001). Asimismo, se observan porcentajes de varianza explicada considerables para las restantes variables endógenas. El 61% de la Eficacia Política Externa y el 54% de la Sofisticación Política.

Por otra parte, tal como recomiendan Edwards y Lambert (2007), cuando se trabaja con modelos no sólo deben considerarse las relaciones directas entre las variables, sino también los efectos indirectos y totales observados entre las mismas.

Tabla 1. Efectos directos, indirectos y totales de los diferentes tipos de variables independientes sobre la intención de voto hacia CFK

Variables del modelo	1	2	3
Intensidad Afectiva Política Positiva	T=,481	T=,000	T=,503
	D=,481	D=,000	D=,377
	I=,000	I=,000	I=,126
	T=,000	T=,780	T=,223
Clima Socio Político Positivo		D=,780	D=,208
		I=,000	I=,015
	T=-,402	T=,000	T=-,105
Cinismo Político	D=-,402	D=,000	D=,000
	I=,000	I=-,000	I=-,105
		T=,000	T=,262
(1) Sofisticación Política		D=,000	D=,262
		I=,000	I=,000
			T=,179
(2) Eficacia Política Externa			D=,179
			I=,000
(3) Voto CFK			

Así, puede observarse en la Tabla 1 que la variable que ejerce mayor influencia total sobre la varianza de la intención de elegir a CFK es la Intensidad Afectiva Positiva hacia el sistema político ($\beta=.503$). Asimismo, esta variable contribuye de manera directa ($\beta=.377$) y de manera indirecta, a través de la Sofisticación Política ($\beta=.126$). A esta dimensión afectiva le siguen otras variables de carácter emocional, con efectos totales y contribuciones indirectas importantes sobre la Intención de Voto hacia CFK. Una de ellas es la percepción de Clima Socio Emocional Positivo con un efecto total de $\beta=.223$, que contribuye de manera directa ($\beta=.208$) e indirecta, a través de la Eficacia Política Externa ($\beta=.015$). En tanto, la variable Cinismo Político solo contribuye de manera indirecta con un $\beta=.105$.

Por último, en el modelo final se aprecian variables sociocognitivas que poseen efectos directos sobre la Intención de Voto a CFK, aunque en menor medida que la Intensidad Afectiva Política Positiva. Así, la Sofisticación Política ($\beta=.262$) y la Eficacia Política Externa ($\beta=.179$) contribuyen directa y significativamente sobre el porcentaje de varianza explicada de la Intención de Voto a CFK.

Conclusiones

Los resultados expuestos permiten ratificar la relevancia de las emociones en el comportamiento de voto, tal como sugieren estudios previos (Finn & Glaser, 2010; Hunt et al., 2008; Marcus & MacKuen, 1993; Soares Costa & Rivera Otero, 2012). Así, el modelo final obtenido señala que las variables que más contribuyen a la explicación de la varianza de la intención de voto a CFK (de forma directa e indirecta) son de tipo afectivas.

Al respecto, el estudio evidencia, en correspondencia con estudios antecedentes (Finn & Glaser, 2010; Soares Costa & Rivera Otero, 2012), que el predictor de mayor influencia, tanto directa como indirecta, sobre el Voto Kirchnerista fue la Intensidad Afectiva Positiva hacia el sistema político. Estos resultados van en la línea de lo planteado por Hunt et al. (2008) en cuanto a que los estados emocionales son relevantes en las actitudes y procesamiento de la información política, y facilitadores del procesamiento cognitivo (Marcus & MacKuen, 1993). Particularmente, estos estados afectivos influyen sobre la sofisticación política como dimensión del procesamiento cognitivo de la información política. Al respecto, estos resultados indicarían que las personas más sofisticadas políticamente usarían también las emociones como heurísticos en su toma de decisiones políticas.

En otro orden, ciertas variables sociocognitivas también mostraron efectos directos sobre la Intención de Voto a CFK. Particularmente, la creencia referida a la capacidad que manifiesta el gobierno para dar respuesta a la intención del ciudadano para influir en aspectos gubernamentales (Eficacia Política Externa) contribuye de manera directa y significativa; mientras que la Eficacia Política Interna no tiene influencia significativa sobre el Voto a CFK. Estos resultados se corresponden con estudios previos que señalan que la eficacia política interna tendría una relación positiva más estable con ciertos tipos de participación política no convencional, mientras que la eficacia política externa sería un mejor predictor del voto (Kahne & Westheimer, 2006).

En cuanto al Cinismo Político, éste contribuye sobre la Intención de Voto hacia CFK con un efecto total inverso. Cabe señalar que el cinismo político remite a la percepción de que los políticos no se ocupan de los problemas e intereses del pueblo (Southwell, 2008), siendo razonable que contribuya de manera inversa en la elección de un candidato presidencial. Asimismo, si bien los antecedentes muestran evidencia contradictoria, los resultados indicaron una relación inversa entre Cinismo Político y Sofisticación Política apoyando lo planteado por Galston (2001), que encontró que un mayor nivel de conocimiento cívico, como dimensión de sofisticación política, disminuiría los niveles de cinismo político.

Por otra parte, el clima emocional positivo sobre la situación sociopolítica argentina contribuyó sobre la intención de voto hacia CFK tanto de modo directo como a través de la Eficacia Política Externa. Siguiendo el planteo de Zubieta et al. (2008), este sentimiento positivo sobre el estado actual y futuro del país estaría generado, en parte, por cómo los líderes estructuran esta situación. En este sentido, sería esperable la contribución que esta variable realiza sobre el sentimiento de eficacia política que los ciudadanos experimentan. Asimismo, estos resultados ratifican los hallazgos de estudios previos (Tagina, 2010, 2012) que señalan la importancia del clima socio-emocional, particularmente, en el comportamiento de voto oficialista en el marco de re-elecciones.

En cuanto a las variables sociodemográficas, ninguna de ellas tuvo contribuciones significativas. Tampoco la variable ideología política aportó significativamente a la comprensión de la intención de voto hacia CFK, en acuerdo con antecedentes previos sobre el voto kirchnerista (Tagina, 2010). Estos hallazgos irían en la línea de lo planteado por otros autores que indican que la ideología política y la identificación partidaria han perdido peso en

la conformación de las opciones electorales de los ciudadanos (Finn & Glaser, 2010; Soares Costa & Rivera Otero, 2012).

Finalmente, cabe mencionar que el propósito de este estudio fue brindar evidencia que permita comprender desde una perspectiva psico-política el voto hacia CFK en las elecciones del 2011. Si bien existieron ciertas limitaciones, principalmente vinculadas con el carácter no probabilístico del muestreo utilizado, los hallazgos aportan datos de relevancia para explicar el apoyo electoral al kirchnerismo en 2011. A su vez, en términos generales, estos resultados contribuyen a consolidar la relevancia de las variables emocionales sobre este tipo de acción política, tal como lo evidencian trabajos antecedentes. Particularmente, y a modo de brindar otros elementos al análisis del aspecto emocional en este comportamiento de voto, Catterberg y Palanza (2012) señalan que el periodo 2010-2011 implicó un nuevo ciclo político, signado por la consolidación del liderazgo de CFK y el ascenso de su popularidad. Principalmente, en función de la recuperación de la economía y el inesperado fallecimiento de Néstor Kirchner que son retomados, entre otras apelaciones de tipo emocionales, en la estrategia discursiva de CFK. Se trata de un rasgo del relato kirchnerista que se mantiene y que también aparece como centro de las interlocuciones de la mandataria en el contexto electoral de la últimas elecciones legislativas (agosto de 2013).

Referencias

- Britt, T. W. (2003). Motivational and Emotional Consequences of Self-Engagement: Voting in the 2000 U.S. Presidential Election. *Motivation and Emotion*, 27(4), 339-358.
- Bromley, C. & Curtice, J. (2004). Are non-voters cynics anyway? *Journal of Public Affairs*, 4(4), 328-337.
- Brussino, S., Alonso, D., & Dreizik, M. (2013). Psicología Política del Comportamiento de Voto: la elección presidencial 2011 en Argentina. *Psicología Política*, 13(28), 453-470.
- Brussino, S. & Rabbia, H. (2007). Análisis psicosocial de las tipologías de vinculación política de Dalton en la Argentina post 2001. *Psicología Política*, 35, 53-67.
- Brussino, S., Sorribas, P., Rabbia, H., & Medrano, L. (2006). *Informe investigación*. Córdoba, ES: Universidad Nacional de Córdoba.
- Brussino, S., Sorribas, P., & Medrano, L. (2008). Características psicométricas de la medición del conocimiento político. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación Psicológica*, 25(1), 179-192.
- Byrne, B. M. (2001). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Caparrós, M. (2011). *Argentinismos*. Buenos Aires: Planeta.
- Catterberg, G. & Palanza, V. (2012). Argentina: dispersión de la oposición y el auge de Cristina Fernández de Kirchner. *Revista de Ciencia Política*, 32(1), 3-30.
- Comisión de Enlace Institucional - AAM-SAIMO-CEIM (2008). *Índice de Nivel Socioeconómico Argentino. Principales Localidades*. Buenos Aires: Asociación Argentina de Marketing.
- D'Adamo, O. (2013, 19 de maio). Mística e identidad: las cuatro fases de la relatocracia. *La Nación*, p. 5. Acceso em 30 de maio, 2013, em <http://www.lanacion.com.ar/1582931-mistica-e-identidad-las-cuatro-fases-de-la-relatocracia>
- De la Calle, L. (2010). ¿Cómo votan las personas que no tienen ideología? Análisis del comportamiento electoral de los votantes sin ideología en España, 1979-2008. *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 129, 107-129.
- De Vreese, C. H. (2005). The Spiral of Cynicism Reconsidered. *European Journal of Communication*, 20(3), 283-301.
- Delli Carpini, M. X. & Keeter, S. (1996). *What Americans Know About Politics and Why It Matters*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Edwards, J. & Lambert, L. (2007). Methods for integrating Moderation and Mediation: A General Analytical Framework using Moderated Path Analysis. *Psychological Methods*, 12, 1-22.
- Finn, C. & Glaser, J. (2010). Voter Affect and the 2008 U.S. Presidential Election: Hope and Race Mattered. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 10(1), 262-275.
- Fraile, M. (2007). La influencia del conocimiento político en las decisiones de voto. *Reis: Revista española de investigaciones sociológicas*, 120, 41-74.
- Galston, W. A. (2001). Political knowledge, political engagement, and civic education. *Annual Review of Political Science*, 4, 217-234.
- George, D. & Mallery, P. (2003). *Using SPSS for Windows step by step: a simple guide and reference*. Boston, MA: Allyn & Bacon.
- González, M. & Darias, M. (1998). Predicción de la conducta de voto. Personalidad y factores sociopolíticos. *Psicología Política*, 17, 45-78.
- González, R., Manzi, J., & Cortés, F. (2005). Identidad y actitudes políticas en jóvenes universitarios: el desencanto de los que no se identifican políticamente. *Revista de Ciencia Política*, 25(2), 65-90.
- Grossi, F. J., Herrero, F. J., Rodríguez, F. J. & Fernández Alonso, J. A. (2000). Conducta de voto en los jóvenes. *Psicothema*, 12(2), 255-259.
- Hu, L. & Bentler, P. M. (1995). Evaluating model fit. In Hoyley, R. H. (Ed.), *Structural equation modeling: concepts, issues and applications* (pp. 76-99). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hunt, C., V. Ergun, D., & Federico, C. M. (2008). The relationship between affective states and the structure of political attitudes. *Psicología Política*, 37, 7-28.
- Kahne, J. & Westheimer, J. (2006). The Limits of Political Efficacy: Educating Citizens for a Democratic Society. *Political Science and Politics*, 39(2), 289-296.
- Kline, R. B. (2010). *Principles and practice of structural equation modeling* (Cap. 1, Introduction, 3ª ed.). New York: The Guilford Press.
- Lau, R. R. & Redlawsk, D. P. (2001). Advantages and Disadvantages of Cognitive Heuristics in Political Decision Making. *American Journal of Political Science*, 45(4), 951-971.
- Lavine, H. & Gschwend, T. (2007). Issues, party and character: The moderating role of ideological thinking on candidate evaluation. *British Journal of Political Science*, 37(1), 139-163.

- Lévy Mangin, J. P. & Varela Mallou, J. (2003). *Análisis Multivariable para las Ciencias Sociales*. Madrid: Prentice Hall.
- Marcus, G. & MacKuen, M. (1993). Anxiety, enthusiasm and the vote: The emotional underpinnings of learning and involvement during presidential campaigns. *American Political Science Review*, 87, 688-701.
- Michaud, K. E. H., Carlisle, J. E., & Smith, E. (2009). The Relationship between Cultural Values and Political Ideology, and the Role of Political Knowledge. *Political Psychology*, 30(1), 27-42.
- Michelson, M. R. (2000). Political Efficacy and Electoral participation of Chicago Latinos. *Social Science Quarterly*, 81(1), 136-150
- Miller, P. R. (2011). The Emotional Citizen: Emotion as a Function of Political Sophistication. *Political psychology*, 32(4), 575-600.
- Ministerio de Interior. (2011). *Resultados elecciones 2011*. Presidencia de la Nación Argentina. Acceso em 4 de junho, 2013, em http://www.elecciones.gov.ar/estadistica/resultados_nacionales_2011.htm
- Niemi, R. G., Craig, S. C., & Mattei, F. (1991). Measuring internal political efficacy in the 1988: National Election Study. *American Political Science Review*, 85, 1407-1413.
- Páez, D., Ruiz, J. I., Gailly, O., Kornblit, A. L., Wiesenfeld, E., & Vidal, C. M. (1996). Clima Emocional: Su Concepto y Medición mediante una investigación transcultural. *Revista de Psicología Social*, 12(1), 79-98.
- Paramio, L. (1999). Cambios sociales y desconfianza política: el problema de la agregación de preferencias. *Revista Española de Ciencia Política*, 1(1), 81-95.
- Proto Gutiérrez, F. (2012). Ambigüedad, contradicción y ambivalencias del "modelo kirchnerista". *Revista Filosofía Afro-Indo-Americana*, 1(3), 4-8. Acceso em 10 de junho, 2013, em <http://www.mabs.com.ar/rfaia/?p=420>
- Ratto, M. C. & Montero, J. R. (2013). Modelos de voto en Argentina: Las elecciones presidenciales de 2007. *Posdata*, 18(2), 323-364.
- Rhee, J. & Capella, J. (1997). The role of political sophistication in learning from news: measuring schema development. *Communication Research*, 24(3), 197-233.
- Skitka, L. J., Bauman, C. W., & Mullen, E. (2004). Political tolerance and coming to psychological closure following the September 11, 2001, terrorist attacks: An integrative approach. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30(6), 743-756.
- Soares Costa, P. & Rivera Otero, J. M. (2012). ¿Qué valoran los electores persuadibles en la decisión de votar? *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 11(1), 39-62.
- Southwell, P. L. (2008). The effect of political alienation on voter turnout, 1964-2000. *Journal of political and military sociology*, 36(1), 131-145.
- Southwell, P. L. (2012). Political Alienation: Behavioral Implications of Efficacy and Trust in the 2008 U. S. Presidential Election. *Review of European Studies*, 4(2), 71-77.
- Sulmont, D. (2009). Conocimiento político, opinión pública y democracia en la sociedad peruana. In *Opinión Pública: una mirada desde América Latina* (pp. 299-322). Buenos Aires: Emecé.
- Tagina, M. L. (2010). Predisposiciones de largo plazo y Accountability electoral en Argentina. Las elecciones presidenciales de 2003 y 2007 [trabalho completo]. In *V Congreso Latinoamericano de Ciencia Política*, Asociación Latinoamericana de Ciencia Política (ALACIP). Buenos Aires. Acceso 12 de junho, 2013, em <http://www.aacademica.com/000-036/518.pdf>
- Tagina, M. L. (2012). Controlando al gobierno a través de las urnas. Un análisis del caso argentino entre 1995 y 2005. *Política / Revista de Ciencia Política*, 50(1), 111-144.
- Uriel, E. & Aldas, J. (2005). *Análisis Multivariante Aplicado*. Madrid: Thomson.
- Valentino, N., Hutchings, V., Banks, A., & Davis, A. (2008). Is a Worried Citizen a Good Citizen? Emotions, Political Information Seeking, and Learning via the Internet. *Political Psychology*, 29(2), 247-273.
- Velásquez, E., Martínez, M., & Cumsille, P. (2004). Expectativas de Autoeficacia y Actitud Prosocial asociadas a la participación ciudadana en Jóvenes. *Psykhe*, 13(2), 85-98.
- Weisberg, H. F. & Nawara, S. P. (2010). How Sophistication Affected the 2000 Presidential Vote: Traditional Sophistication Measures Versus Conceptualization. *Political Behavior*, 32, 547-564.
- Zubieta, E., Delfino, G., & Fernández, O. (2008). Clima Social Emocional, Confianza en las Instituciones y Percepción de Problemas Sociales. Un Estudio con Estudiantes Universitarios Urbanos Argentinos. *Psykhe*, 17(1), 5-16.

Agencias de fomento

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Secretaría de Ciencia y Técnica (Universidad Nacional de Córdoba, Argentina). Resolución SECYT N° 214/2010 y Res.Rect. N° 2472/10.

Submissão em: 21/10/2014

Revisão em: 07/12/2014

Aceite em: 09/01/2015

Silvina Brussino es doctora en Psicología, Universidad Nacional de Córdoba. Miembro de la Carrera de Investigador Científico y Tecnológico de CONICET. Profesora Titular de la Cátedra Psicología Social, UNC. Profesora Titular de la Cátedra de Psicología Social y Psicología Política, UCC. Profesora del Seminario electivo de Psicología Política, UNC. Miembro del Comité Académico de la Carrera de Doctorado en Psicología, UNC. Secretaria General de la Asociación Ibero-latinoamericana de Psicología Política (AILPP) en el período 2012-2016. Dirección de envío: UNC - Facultad de Psicología. Ciudad Universitaria, Enfermera Gordillo s/n, 5000 Córdoba, Argentina.

E-mail: brussino@psyche.unc.edu.ar

Daniela Alonso es licenciada en Psicología. Becaria Doctoral CONICET. Integrante del Grupo de Psicología Política, Facultad de Psicología, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.

E-mail: alonsodaniela@conicet.gov.ar

Débora Imhoff es licenciada en Psicología. Ex Becaria Doctoral CONICET. Profesora y integrante del Grupo de Psicología Política, Facultad de Psicología, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.

E-mail: debimhoff@gmail.com