



udp UNIVERSIDAD
DIEGO PORTALES

EL IMPACTO DE LAS EMOCIONES EN EL COMPORTAMIENTO ELECTORAL

El caso de la primera vuelta de las elecciones presidenciales de Chile del 2017

ANDREA ARACELLI HONORES RIVERA

Tesis para optar al grado académico de Licenciado en Ciencia Política

Profesora Guía: Carolina Segovia

Profesora Informante: Beatriz Hernández

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES E HISTORIA

ESCUELA DE CIENCIA POLITICA

Santiago, Chile

2018

멈춰서도 괜찮아
아무 이유도 모르는 채 달릴 필요 없어
꿈이 없어도 괜찮아
잠시 행복을 느낄 네 순간들이 있다면

A mi madre.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero agradecer a mi familia: mi mamá, mi hermana y abuelita, que sin entender mucho lo que estaba haciendo me dieron su apoyo y me soportaron en mis peores momentos de estrés. Especialmente mi mamá, gracias por ser el principal eje de toda mi vida y ser el mayor ejemplo que lo que una mujer determinada puede lograr. En segundo lugar a mi tía Silvana, quien me cuidó estos años en Santiago y se preocupó de que estuviera bien.

Agradecer también a la profesora Carolina Segovia, por confiar en mi propuesta y ayudarme en lo desafíos que se presentaron durante el proceso. A los chicos del Fondecyt, finalmente lo hicimos y muy bien. A mis amigas queridas de la universidad, con quienes desde primer año en adelante sufrimos juntas lo que es estudiar esta carrera. También quiero agradecer a Eva y Javiera, mis pilares nortinos en la capital que permitían relajarme cuando lo necesitaba y al Pedro, quien siempre tuvo un poco de tiempo para mí cada vez que visitaba Antofagasta. Gracias por ser tan bonitos.

Además, agradecer a mi pololo Vicente Inostroza, la persona más importante en esta época de mi vida y quien me acompañó a lo largo de estos cuatro años y más. Te amo muchísimo, gracias por toda la paciencia y cariño que me regalaste.

Finalmente, yo cumplo con mi palabra, gracias a los siete chicos que sin su música en verdad no creo que haya podido escribir siquiera la pregunta de investigación de esta tesis.

RESUMEN

La primera vuelta de las presidenciales de 2017 en Chile arrojó resultados que la mayoría no esperaba. Más allá de los cuestionamientos a las diversas encuestas que iban midiendo el pulso de las elecciones, queda en cuestión cómo finalmente los chilenos deciden por quién votar. Tradicionalmente el comportamiento electoral se ha abordado desde dos corrientes: la racional y la de las predisposiciones. No obstante, existen otros factores que influyen en el voto y que aún no se han investigado en el caso chileno como son las emociones. Esta tesis busca analizar la influencia del miedo, la rabia y el orgullo en el comportamiento electoral de los votantes de Sebastián Piñera, Alejandro Guillier y Beatriz Sánchez durante la primera vuelta. Para esto se utilizaron datos de la primera Encuesta Nacional de Emociones y Política en Chile, la que mide estas emociones hacia los candidatos y otras variables más tradicionales. Mediante la realización de tres modelos de regresión logística, se obtiene que si un candidato provocó miedo o rabia a un elector, este no le otorga su voto. Mientras que si una persona siente orgullo por un candidato, tiende a votar por este.

Palabras claves: Emociones- comportamiento electoral- presidenciales 2017- Chile

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO 1. CÓMO DECIDEN LAS PERSONAS POR QUIÉN VOTAR	10
1.1 Principales corrientes explicativas del voto	10
1.2 El Estudio del Comportamiento Electoral en Chile	13
1.3 Emociones y Voto	18
1.3.1. Definiendo las Emociones	18
1.3.2. El Modelo de la Inteligencia Afectiva: Emociones y Comportamiento Electoral	20
1.4 Hipótesis	25
CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA	26
CAPÍTULO 3. DETERMINANTES DEL VOTO EN CHILE: ANÁLISIS DESCRIPTIVO	30
CAPÍTULO 4. ANÁLISIS INFERENCIAL	38
4.1 El Voto de Sebastián Piñera	40
4.2 El Voto de Alejandro Guillier	43
4.3 El Voto de Beatriz Sánchez	46
4.4 El efecto de las emociones en el voto de los chilenos: principales resultados.	49
CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES	51
Bibliografía	55
Anexos	63

INTRODUCCIÓN¹

Durante la campaña electoral de la primera vuelta presidencial de 2017 en Chile, fueron diversas las encuestas que iban midiendo mes a mes los posibles resultados que obtendrían los candidatos. De esta forma, se podía apreciar un panorama general respecto a los resultados electorales.

Una constante fue el liderazgo del candidato de Chile Vamos, Sebastián Piñera, quien fue posicionado por las encuestas como el amplio vencedor de la primera vuelta. Según datos de la encuesta CEP de septiembre-octubre, Piñera obtendría un 44,4% de los votos de la primera vuelta (CEP 2017). Mientras que el candidato oficialista, Alejandro Guillier, era ubicado por esta misma encuesta hasta 24 puntos porcentuales por debajo de Piñera, con un 19,7% de los votos. Además, se esperaba que Alejandro Guillier mantuviera una distancia considerable de la candidata del Frente Amplio Beatriz Sánchez, ya que se preveía que esta última obtendría poco más del 8,5% de los votos.

Si bien, se mantuvo el orden de las preferencias estimadas, los porcentajes obtenidos no fueron los esperados. Sebastián Piñera obtuvo poco más del 36% de los votos; además, la distancia de este con Alejandro Guillier tampoco fue tan amplia como se esperaba, ya que este último obtuvo el 22% de los votos. Uno de los resultados más inesperados fue el de Beatriz Sánchez. La candidata del Frente Amplio se situó en el tercer lugar con un 20% de los votos, resultado bastante más estrecho de lo esperado.

Los medios hicieron eco de estas proyecciones erradas, cuestionando las diversas encuestas que median el pulso de la opinión pública del país. Frente a este panorama, es inevitable que surja el cuestionamiento de cómo finalmente los chilenos deciden por quién votar.

El comportamiento electoral, o el *cómo* las personas deciden por quien votar, ha sido abordado ampliamente por la ciencia política. Es importante comprender

¹ Esta tesis fue realizada en el marco del proyecto Fondecyt n° 1170335.

cómo se genera este proceso debido a que el voto es el acto político más importante dentro de sociedades democráticas como la chilena, y cumple funciones de legitimación y control político (Peschard, 2000). De forma preliminar, se pueden identificar dos corrientes explicativas de la conducta electoral.

Por una parte, se ha asociado esta decisión con las predisposiciones que estos poseen. La pertenencia a ciertos grupos, el género, la identificación política, la edad, entre otros aspectos, predispondrían al votante respecto a su decisión en los comicios (MacKuen, Marcus, Neuman y Keele 2010). La construcción de estas predisposiciones es al largo y mediano plazo, siendo originadas en distintas etapas de la vida.

Por otro lado, se ha articulado un argumento desde la economía política, que deriva en las teorías racionales del voto. Estas señalan que el votante posee la información completa de los diversos candidatos y sus programas que permitirían formular sus decisiones (Montecinos 2007). Con esta recolección el votante realiza un cálculo de costos y beneficios de cada una de las alternativas, optando por aquella que le es más conveniente (Downs 1957).

No obstante, en la actualidad el panorama electoral chileno ha variado y se ha vuelto más complejo. Uno de los supuestos de la teoría racional es que los ciudadanos tienen un nivel de información suficiente para poder determinar por quién votar. Sin embargo, en la práctica, esta información asociada a las repercusiones de los programas, las capacidades de los candidatos y sus verdaderos intereses excede la capacidad de recolección de los votantes medios (Montecinos 2007).

En situaciones como la anterior, se suele optar por “atajos” de información que ayudan a determinar este voto, como son las predisposiciones (Lupia 1994). Uno de los mayores predictores del voto de los chilenos ha sido la identificación partidaria. No obstante, en el último tiempo ha aumentado la desafección de las personas hacia los partidos (Morales 2010; Schuster 2008), lo que se traduce en una mayor volatilidad electoral (Avendaño y Sandoval 2013).

Si bien, se han abordado estas dos corrientes con profundidad en el caso chileno, no se puede ignorar el panorama actual. Frente a esto, en el último tiempo se ha argumentado que existen más factores en la determinación del voto (MacKuen, Marcus, Neuman y Keele 2010).

En este sentido, existe una tercera corriente que considera la influencia de las emociones en el comportamiento electoral, en tanto estas cumplen un rol fundamental en el razonamiento de los ciudadanos (Converse y Kinder 2004). Los diversos sentimientos como la rabia, la esperanza, el miedo o la vergüenza, influirían en las opiniones y comportamiento de los electores (Brader 2005). Sin embargo, y pese al carácter explicativo que estas variables han demostrado tener, el enfoque no ha sido investigado aún en el caso chileno.

Este estudio busca observar cuál es el rol e impacto que tienen las emociones en el comportamiento electoral de los chilenos. ¿Qué impacto tienen las emociones en el voto de los chilenos? ¿Qué impacto tienen, en particular, el miedo, la rabia y el orgullo en el comportamiento electoral de los votantes de Sebastián Piñera, Alejandro Guillier y Beatriz Sánchez durante la primera vuelta electoral de las elecciones presidenciales de Chile del 2017?

Utilizando datos de una encuesta de opinión pública llevada a cabo una vez terminado el período electoral, en esta tesis se analiza el impacto que el miedo, el orgullo y la rabia hacia los candidatos tiene en el voto, controlando por otros factores. Se espera, basándose en los principales hallazgos de la investigación en esta área, que a una mayor muestra de emociones de rabia y miedo por un candidato, existen mayores probabilidades de votar por otro candidato, y que a mayor sentimiento de orgullo por un candidato, mayores son las probabilidades votar por este.

La encuesta fue realizada entre el 18 de diciembre de 2017 y el 31 de enero de 2018, a una muestra probabilista y representativa de la población adulta del país de 2.000 personas. El cuestionario fue diseñado para medir las emociones de los chilenos hacia los candidatos presidenciales y sus acciones, así como también otros factores asociados al voto. El análisis se basa en la descripción de los

resultados obtenidos en esa encuesta, y en el análisis inferencial realizado a partir de tres modelos probit correspondientes a cada uno de los candidatos señalados anteriormente. El análisis se realiza para Piñera, Guillier y Sánchez, ya que ellos fueron los 3 candidatos más votados en la elección, lo que permite tener un número suficiente de casos en la encuesta.

La tesis se organiza en 5 capítulos. En el capítulo 1, se describen y analizan los principales argumentos teóricos desarrollados para la comprensión del comportamiento electoral de las personas. Se abordan, en particular, el modelo racional, el modelo de las predisposiciones y el modelo psicológico que pone el acento en el rol de las emociones. En este capítulo se resume, además, el estado de la investigación sobre el voto para el caso chileno. En el capítulo 2 se describen los datos y la metodología utilizada para la realización de este estudio. Luego, en el capítulo 3, se entregan los resultados descriptivos obtenidos, y en el capítulo 4 se presentan y discuten los resultados obtenidos del análisis inferencial. Finalmente, en el último capítulo 5 se sintetizan los resultados obtenidos y se entregan las principales conclusiones.

CAPÍTULO 1. CÓMO DECIDEN LAS PERSONAS POR QUIÉN VOTAR

A continuación, se presentaran las dos principales corrientes explicativas del comportamiento electoral: la teoría de la acción racional y el enfoque de las predisposiciones. Luego, se hará una breve revisión de lo que se ha escrito en Chile en relación a estas. Finalmente, se abordara una tercera corriente que considera a las emociones. Dentro de este apartado se explicará el modelo de la Inteligencia Afectiva, el que permite comprender el voto desde las emociones.

1.1 Principales corrientes explicativas del voto

La Teoría de la Acción Racional

Este enfoque surge de los estudios de la economía política, los que señalan que las personas poseen una naturaleza racional (Downs 1957; Simon 1995). Los individuos buscan maximizar los beneficios o utilidad que se obtendría por la realización de determinadas acciones (Bartles 2010; Olson 1965). Esta racionalidad se extiende a la arena electoral, en donde los actores políticos poseen un comportamiento orientado a maximizar los objetivos individuales que tengan (Montecinos 2007; Weingast 1979), por lo que las personas, al verse en una situación de toma de decisiones, se ven influenciadas por sus intereses personales (Green y Cowden 1992).

Los electores evalúan a los candidatos y definen su voto en base a la utilidad que obtendría de esa elección (Downs 1957). Se espera que los individuos posean el mayor nivel de información (Lupia, McCubbins y Popkin 2000) que les permita jerarquizar las ofertas electorales, y así seleccionar la opción que se acerque más a sus expectativas e intereses (Peschard 2000).

Una de las teorías más destacadas dentro de la corriente es el voto económico. Este “es entendido como un premio o castigo al gobierno saliente a partir del desempeño de la economía” (Navia y Osorio, 2015, 2). Los votantes comprenden

al gobierno como el responsable de la situación económica (Lewis-Beck y Paldam 2000; Stokes, Przeworski, et al 1997), por lo que los deciden votar o no por el gobierno según el desempeño económico durante la época (Jackman 1995), premiando con el voto a aquellos que han favorecido la economía y castigando a los que no.

La determinación del premio o el castigo varía según la percepción de la economía del ciudadano, esta misma tiene una dimensión temporal, ya que puede ser el desempeño del gobierno en el pasado, el presente o las expectativas de este (Navia y Osorio 2015). También hay dos posiciones frente a la percepción económica del individuo, en tanto podría ser egotrópica (una evaluación desde el propio bolsillo del individuo) o sociotrópica (una percepción de la economía nacional) (Fiorina 1981; Kinder y Kiewit 1981; Sáez Lozano 2002; Singer 2013; Sniderman, Brody y Tetlock 1991; Soto y Navia 2015).).

El Enfoque de las Predisposiciones

La segunda corriente surge en base a los modelos psicológico y sociológico de la Universidad de Michigan y de la Universidad de Columbia (MacKuen, et al. 2010). Esta comprende que gran parte de la población es ignorante respecto a candidatos y asuntos del día a día. Las decisiones políticas están asociadas a predisposiciones interiorizadas desde la niñez, las que terminan por influir en el actuar político en el largo plazo (Zaller 1992) y que son reforzadas por grupos (López y Morales 2005). La percepción que se tendría de la información política está sesgada por predisposiciones, las que influirían en la mantención de las convicciones previa (Lau y Redlawsk 2006).

Esta teoría contrasta con la primera, en tanto hace énfasis en los efectos históricos formativos de las experiencias tempranas que terminan por influir en el comportamiento adulto. Mientras que la teoría racional comprende las decisiones como ahistórica en base a cálculos económicos (Sears y Levy 2003).

Las predisposiciones se formulan a nivel de grupo o a nivel individual (Peschard 2000). Esta identificación y pertenencia a ciertos grupos a largo y mediano plazo influiría en cómo los ciudadanos determinan por quién votar. Las variables asociadas a esta corriente han sido la edad, el género, la clase social y la identificación partidaria, entre otras (Morales y Poveda 2007).

La identificación partidaria se origina mediante procesos de socialización temprana a nivel del núcleo familiar de los ciudadanos (Campbell 1960; Converse y Markus 1979). Aunque la familia ha perdido cierto peso en la socialización, han surgido diferentes agentes socializadores con mayor influencia en la identificación (López y Morales 2005). La experiencia de eventos políticos y la identificación partidaria de los padres y cercano influiría en este proceso (Sears y Levy 2003). En la actualidad, estas identificaciones se han vuelto más débiles, lo que da oportunidad a cambios electorales que no esperables (Paramio 2000).

Otra variable es la clase social o nivel socioeconómico. Al evaluar las alternativas electorales, no se hace desde parámetros limitados a los intereses materiales, sino que se incluyen criterios sociales y políticos (Paramio 2000). La clase influiría en estos intereses que terminan por convertirse en esenciales al determinar el voto. Los partidos de derecha representan los intereses de las clases más acomodadas, los de izquierda los intereses de los trabajadores y los de centro los de las clases medias. Entonces la población con una posición socioeconómica más alta votará por partidos conservadores, mientras que las clases más bajas por partidos más progresistas (Glenn 1973; Lazarsfeld, Berelson y Gaudet 1948; Lipset 1963).

En asociación a lo anterior, se espera que la variable de nivel de educación influya en el voto (Peschard 2000), en tanto, aquellos que poseen un mayor nivel de educación tienden al conservadurismo debido a que las personas que pertenecen a los estratos sociales más altos poseen mayores niveles de educación. No obstante, en consideración a estudios realizados en el último tiempo, no se ha podido establecer una relación exacta y conclusiones generalizables respecto a

estas variables (Hoskin, Masias, y Galvis 2005; Fraile y Pallarés 2007; Inglehart 1998).

Respecto al género, hay una tendencia más conservadora por parte de las votantes mujeres en comparación a los hombres (Altman 2004; Eysenck 1964; Duverger 1959; Givens 2004). Además, se ha señalado que ciertos electores tendrían una predisposición a apoyar candidatas mujeres, mientras que otros tenderían a votar por hombres. Estas predisposiciones se basarían en el género del votante. De acuerdo a Sanbonmatsu (2002, 33), “la preferencia por los candidatos masculinos puede explicarse por estereotipos negativos sobre los rasgos femeninos, estereotipos positivos sobre la capacidad de los hombres para manejar problemas estereotípicamente masculinos”.

La edad también ha sido considerada como predicción del comportamiento electoral (Aguirre y Morales 2014; Contreras y Navia 2013; Navia 2004; Settle y Abrams 1976). Se ha demostrado que la población más joven posee menor tendencia al conservadurismo (Grossi et al. 2000; Ojha y Sah 1990). También se ha señalado que el voto de los jóvenes puede estar menos influenciado por factores ideológicos, siendo un voto más instrumental (González y Salido 2005).

1.2 El Estudio del Comportamiento Electoral en Chile

Como se señaló, en el caso chileno se ha estudiado el comportamiento electoral desde la corriente racional y la que aborda predisposiciones al largo y mediano plazo. A continuación, se presenta una revisión de los principales estudios que han abordado el caso chileno respecto a estos.

El enfoque basado en la economía política se ha abordado en diversas ocasiones el caso chileno (Engel y Araos 1989; Panzer y Paredes 1988; Navia y Soto 2015; Somma y Daza 2016;). Las percepciones que tienen los chilenos del desempleo,

la inflación y la economía en general y su asociación con el voto se ha estudiado en varias elecciones.

Panzer y Paredes (1988) abordan el plebiscito de 1988 para analizar como las condiciones económicas del país influyen en el comportamiento electoral. Para esto, utilizan las variables económicas de desempleo (el actual y el pasado) y la variación reciente del desempleo. Se evidencia que aquellos sectores con un mayor porcentaje de desempleo votaron menos por la opción del SÍ, castigando al gobierno de la época.

Engel y Araos (1989) también ven el caso del plebiscito asociando la variable de desempleo, además de la votación histórica de las ciudades. La principal diferencia con el estudio anterior es que estos últimos utilizan datos agregados para la realización de sus modelos. Los autores señalan que “la mayor limitación que tiene utilizar información agregada es que el resultado del plebiscito propiamente tal no pudo ser explicado” (Engel y Araos 1989, 6).

Por esto deciden comparar las diferencias de los resultados de más de una elección en distintas ciudades del país. Los autores postulan que “la probabilidad de votar NO de un individuo de una ciudad dada depende de la tasa de desempleo al momento de plebiscito; cuán rápidamente venía descendiendo la tasa de desempleo; y la votación histórica de la ciudad correspondiente en elecciones anteriores a 1973” (Engel y Araos 1989, 5). Se demuestra que la tasa de desocupación al realizarse el plebiscito influye a la hora de explicar las diferencias entre las ciudades y concluyen que los desocupados votan más por el NO.

Por otro lado, Somma y Daza (2016) examinan el rol de la satisfacción con la economía, abordando voto egotrópico en las presidenciales de 2009-2010. Se demuestra que aquellos votantes potenciales del candidato oficialista, Eduardo Frei, que votaron por el candidato opositor Sebastián Piñera, se vieron influenciados por su satisfacción económica personal. Las personas que se encontraban más insatisfechas con su situación económica personal tendieron a votar más por Piñera, lo que explicaría la fuga de posibles votos de Frei.

Una de las investigaciones que ha permitido analizar la variación del voto económico en distintos escenarios es la realizada por Navia y Soto (2015), quienes analizan la intención de voto en cuatro elecciones presidenciales diferentes, las que presentan diferentes niveles de aprobación presidencial y diferentes condiciones económicas.

En el estudio se evidencia que las percepciones egotrópicas de la economía suelen poseer una menor capacidad explicativa de las preferencias electorales, no así la sociotrópica retrospectiva, la que posee un efecto significativo en la preferencia del votante (Navia y Soto 2015). Esto significa que los chilenos, al votar, consideran la situación económica previa del país por sobre otras.

Respecto a la corriente de las predisposiciones, una de las variables más importantes es la identificación partidaria, esta ha sido durante mucho tiempo un predictor del voto. En Chile el sistema de partido tiende a ordenarse en coaliciones políticas, por lo que tradicionalmente se ha tendido a evidenciar una competencia entre coaliciones estables (Torres 2009).

No obstante, y pese a la importancia de la variable de identificación partidaria (Torres 2009), en el último tiempo se han evidenciado altos niveles de volatilidad de los votantes. Esto debido al debilitamiento de la identificación con los partidos (Avendaño y Sandoval 2010).

Otra variable es la clase social. Los primeros trabajos asociados a la variable de clase social en Chile presentaban diversos problemas. López (2004) encuentra que los escasos estudios de los años 70 poseen carencias, en tanto “la ausencia de análisis sistemáticos respecto a varios procesos electorales del período, unida a la gran diversidad en la operacionalización de las variables, así como el uso de diversos tipos de data y unidades de análisis, arrojaron como consecuencia los más disímiles resultados” (López 2004, 43).

Los estudios posteriores a la vuelta a la democracia tienen resultados más claros, evidenciado una tendencia de los sectores más bajos a favor de la centro-izquierda y de los más altos a la centro-derecha. Tironi, Agüero y Valenzuela

(2001), analizan la elección de 1999-2000, donde demuestran que las diferencias de clase siguen presentes. Esto en tanto los votantes que prefirieron al candidato de centro-izquierda eran grupos con menores ingresos, mientras que los votantes de la centro-derecha eran de estratos más acomodados.

López (2004) estudia las elecciones de diputados de 1989 a 2001, confirmando la tendencia de la clase obrera a votar por la Concertación por sobre la Alianza. Esto se repite en las elecciones de 2009-2010, en donde “mientras más alto el nivel socioeconómico, mayor fue la probabilidad de votar por Piñera” (Bunker y Navia 2010, 130). No obstante, se señala que existe un incremento de la popularidad de la centro-derecha entre la clase media. Se puede reafirmar esto en las elecciones de 2009-2010, en donde la “UDI popular” tuvo a los segmentos más bajos como un bastión muy valioso (Morales y Sánchez 2009).

Respecto al nivel de educación, esta variable ha sido menos estudiada. Para las presidenciales de 2009 el Instituto de Investigación en Ciencias Sociales de la Universidad Diego Portales (Encuesta Nacional UDP 2009) concluyó que las personas con niveles más bajo de escolaridad votaban más por el candidato de la centro-izquierda, Eduardo Frei (Morales 2009).

Respecto al género, Altman (2004) aborda la variable y la distribución del voto entre los dos principales bloques de la época: la Concertación y la Alianza. Utilizando los resultados de los comicios del 2000 y las elecciones legislativas de 2001, evalúa la incidencia del género y su relación con la ideología. Existe una solidaridad de género por parte de las chilenas ya que hay una tendencia por parte de las mujeres a votar por candidatas de su mismo sexo. Respecto a las tendencias ideológicas, las mujeres chilenas presentan una mayor inclinación a la derecha que los hombres.

Se ha señalado la existencia de un *gender gap*, en donde los hombres serían más de izquierda, mientras que las mujeres tienden a un mayor conservadurismo (Tironi, Agüero y Valenzuela 2001). López y Gamboa (2015) han demostrado que esta brecha de género, si bien se mantuvo hasta la vuelta a la democracia, se ha

ido erosionando desde el 2000. Como consecuencia, en la actualidad se estaría produciendo un *gender gap* moderno de las mujeres a favor de la izquierda.

Respecto a la edad, Somma y Daza (2016) estudian las elecciones de 2009-2010, en las que surge el candidato independiente Marco Enríquez-Ominami, quien captó una importante cantidad de votos jóvenes. Este voto desproporcionado a favor de ME-O entre los jóvenes explicaría por “el mayor grado de identificación que sintió el electorado joven con un candidato de 36 años, su actitud irreverente hacia el statu quo político, y su recurso a un movimiento más que a un partido político” (Somma y Daza 2016, 18). Soto y Navia (2015) señalaron que en verdad la edad no ha influido significativamente en las elecciones de 1999, 2005 y 2013, siendo las elecciones de 2009-2010 un caso especial en donde las personas de más edad mostraron una mayor preferencia por el oficialismo.

Los trabajos que abordan el caso chileno sobre el comportamiento electoral tienden a enfocarse en las dos primeras corrientes presentadas al inicio de la argumentación (Bagsted y Somma 2016; López, 2004; López y Morales 2005; Madrid y Navia 2009; Morales 2008; Navia y Cabezas 2015; Soto y Navia 2015; Navia y Osorio 2015). No obstante, estas teorías no han estado exentas de críticas. La teoría racional ha sido criticada debido a las limitaciones cognitivas que posee el racionalismo (Lau 2003).

Se espera que los individuos posean un alto nivel de atención a la información circulante, no obstante, la memoria a corto plazo posee una capacidad muy limitada. Respecto a la teoría de las predisposiciones, no se puede ignorar la caída sistemática de la identificación partidaria que experimenta la población chilena (Morales 2010). Además, las dos consideran que los votantes tienen patrones estáticos en el tiempo (MacKuen et al. 2010).

Si bien, no se descarta la capacidad explicativa de estas variables, el presente trabajo considera necesario tomar en cuenta una tercera corriente que aborda las emociones y que aún no se considera para el caso chileno.

1.3 Emociones y Voto

En el último tiempo la literatura ha trabajado la relación que tienen las emociones con el voto de los ciudadanos (Brader 2005; Brader y Marcus 2013; MacKuen et al. 2010; Kinder 2013; Neuman et al. 2007). Los recientes estudios de emociones y política han demostrado la existencia de un fuerte poder predictivo y explicativo de las emociones en el voto (Marcus 1988). Antes de continuar, es necesario abordar qué se entiende por emociones.

1.3.1. *Definiendo las Emociones*

Las emociones se entienden como la respuesta a un objeto o influencia externa que es relevante para el individuo, en un proceso previo a un análisis consciente del hecho (Marcus, Neuman y MacKuen 2000). Estas terminan siendo impulsos motivacionales, que preparan, influyen a las personas en su actuar, en sus pensamientos, decisiones y comportamiento político (Brader 2012; Marcus 2000).

Usualmente las emociones son inducidas por representaciones de objetos o situaciones exteriores al organismo, teniendo un carácter complejo. Las reacciones no ocurren por todos los estímulos externos de forma rígida en todas las personas, sino que varían (Lazarus 1991).

Debido a la naturaleza compleja de las emociones, su agrupación ha sido dificultosa, por esto se han presentado diversos modelos de la estructura emocional (Goodwin, Jasper y Polletta 2009; Kemper 1978; Ortony, Clore y Collins 1988; Roseman 1991). Algunos de estos son el modelo de valoración de Kemper (1979), la Teoría Estructura Cognitiva de las Emociones de Ortony, Clore y Collins (1988).

Roseman (1979) presenta un modelo de emociones basado en valoraciones. Postula que las diversas combinaciones de cinco evaluaciones que realizan las personas conllevarían a 13 emociones diferentes que pueden ser experimentadas en cualquier situación. La primera evaluación es el Estado Motivacional, esto es si el motivo operativo dominante de una situación es una recompensa que se busca

alcanzar o si a un castigo que se quería evitar. La segunda evaluación es el Estado Situacional, es “si la recompensa o el castigo está presente o no en la situación a la que está reaccionando el individuo” (Roseman 1991, 163). La tercera es la Probabilidad, que es si el resultado es cierto o incierto. En cuarto lugar está la Legitimidad, corresponde a si se merece un resultado negativo o positivo. Finalmente, está la Agencia, que es el origen del resultado, si este se debe a otra persona o si es por uno mismo.

Otro modelo posible es el de Kemper (2015), quien fusiona la perspectiva que ubica el origen de las emociones en los procesos biológicos y otra que los ubica en procesos sociales. Esto permite un análisis más preciso de las emociones (Kemper 2015).

Kemper propone que el miedo, la ira, la depresión y la satisfacción son emociones de carácter primario positivista debido a “su valor evolutivo, primacía ontogenética, universalidad transcultural, patrón automático diferenciado e integración de las relaciones sociales, las emociones y los procesos fisiológicos” (Kemper 2015, 276). Además, existen emociones secundarias que surgen de las primarias y que son construidas socialmente a través de las definiciones sociales, las condiciones diferenciadas de interacción y la organización social.

Por su parte, Ortony, Clore y Collins (1988), se basan en tres valores principales: metas, estándares y actitudes; y en tres tipos de condiciones desencadenantes: eventos, agentes y objetos (Colby 1989). Este modelo, denominado como OCC, clasifica 22 emociones que se relacionan con las consecuencias de los eventos, las acciones de los agentes y las actitudes de los objetos (Steunebrink, Dastani y Meyer 2009).

Este modelo presenta cinco fases del procesamiento de la emoción. La primera es la *Clasificación*, en donde la persona evalúa el evento, la acción o el objeto, lo que conlleva a información que señala cual categoría emocional es afectada. La segunda es la *Cuantificación*, en donde se calcula la intensidad en que se afecta la categoría emocional. La tercera fase es la *Interacción*, las dos fases anteriores definen el valor emocional, este valor interactúa con las categorías emocionales

de la persona. La cuarta fase es el *Mapeo*, donde se formulan las 22 categorías de emociones que postulan los autores. Finalmente, la quinta fase, es la *Expresión*, el estado emocional se expresa con expresiones faciales e influye en el comportamiento (Bartneck 2002).

En síntesis, existen diversos modelos explicativos que abordan el concepto de emociones. Las diversas categorías de emociones, las fases que componen el procesamiento y sus consecuencias se han abordado desde distintas perspectivas. Los tres modelos presentados anteriormente son solo ejemplos que permiten comprender la complejidad de las emociones. Pese a ello, en la presente investigación se opta por abordar un cuarto modelo de emociones que permite estudiar en específico el comportamiento en la arena electoral.

1.3.2. El Modelo de la Inteligencia Afectiva: Emociones y Comportamiento Electoral

Si bien los modelos anteriores han sido abordados en áreas como estudios sociales, el marketing y educación, estos no son útiles para el comportamiento electoral. Uno de los modelos más importantes dentro del estudio de la psicología política y la decisión del voto es la que presentan Marcus, Neuman y MacKuen (2010): el modelo de *Inteligencia Afectiva*. Se postula que las decisiones de los electores se definen según la familiaridad que tengan con el contexto, ya sea si se enfrenta a situaciones habituales o nuevas (MacKuen et al. 2010).

En la primera instancia, los electores actúan en base a las disposiciones habituales (*the disposition system*), lo que provoca que actúen sin mayor conciencia. Como no hay un cambio en las expectativas al no ser desafiadas por información nueva, las personas confían en las respuestas habituales a los estímulos entrantes (Neuman et al. 2007). Las emociones centrales en este sistema son el entusiasmo y disgusto, la primera se genera por acciones gratificantes y la segunda para castigar acciones.

En segundo lugar, los individuos se desvían de sus disposiciones habituales, tendiendo a consideraciones razonadas dentro de un sistema de vigilancia (*the surveillance system*). Este sistema se activa al ocurrir situaciones inesperadas, aumentando el miedo. Este incremento provoca mayor atención hacia la amenaza y promueve el aprendizaje de la nueva información circulante (Brader y Valentino 2007; Neuman et al. 2007).

Brader (2012), en base al modelo de la Inteligencia Afectiva, describe algunas de las emociones más comunes, sus causas y consecuencias. A continuación, en la tabla 1 se pueden observar tres de las emociones abordadas por Brader, en conjunto a una taxonomía que resume algunas de las consecuencias directas de estas en el ámbito de la política.

Tabla 1. Causas, consecuencias² y resultados políticos de las emociones

<i>Emoción</i>	<i>Causas</i>	<i>Consecuencias</i>	<i>Resultados políticos</i>
Miedo	Presencia de amenazas para el bienestar; Incertidumbre sobre los resultados.	Motivación para escapar/evitar el peligro; Mayor nivel de alerta Atención enfocada en el peligro potencial; Mayores probabilidades de pensar con mayor esfuerzo; Abierto a la persuasión Menor disposición a tomar riesgos.	Mayor atención a las campañas, candidatos, debates, noticias y resultados políticos; Mayor disposición a buscar información sobre una gama más amplia de puntos de vista políticos; Menor tendencia a votar de acuerdo con identificación con partidos o ideologías; Menor tendencia a votar por candidatos arriesgados.
Rabia	Obstáculos que obstruyan el camino hacia las metas; Daño inmerecido realizado por otros.	Motivación para superar/remover el obstáculo; Motivación para castigar, Mayor disposición a tomar riesgos,	Motivación para la participación en elecciones; Motivación para la participación en protestas; Menor disposición a buscar información de candidatos;

² Traducción propia

		Menor disposición a comprometerse; Menores probabilidades de pensar con mayor esfuerzo.	Mayor tendencia a votar de acuerdo con identificación con partidos o ideologías;
Orgullo	Reconocimiento del logro de un objetivo valioso; Reconocimiento del cumplimiento de estándares.	Motivación a ser expresivo; Motivación para lograr/hacer cumplir los estándares. Menos probabilidades de realizar mayores esfuerzos al pensar.	Motivación a prestar más atención a las campañas y noticias de política; Mayor tendencia a votar de acuerdo con identificación con partidos o ideologías; Tendencia a una polarización política más intensa.

Fuente: Brader (2012)

El Modelo de la Inteligencia Afectiva evidencia que las emociones de los individuos influyen en distintas acciones de la arena política, como los hábitos políticos, la deliberación, la atención a nueva información de candidatos, entre otros (Jasper 2014; Marcus, MacKuenn y Neuman 2011; Marcus, Rusell y MacKuenn 2007; van Stekelenburg y Klandermans 2013).

Si bien, existe una mayor cantidad de emociones, tradicionalmente se ha tendido a analizar las tres anteriores. A continuación, se abordarán conceptualmente las emociones señaladas para un mayor entendimiento.

El Orgullo

Aunque el Modelo de la Inteligencia Afectiva ha abordado la emoción de entusiasmo, en el presente trabajo se considerara la emoción de orgullo como componente representativo de esta emoción de carácter más general. En estudios anteriores se ha utilizado la emoción de orgullo y esperanza como medidas de entusiasmo general (Brader 2006, Marcus et al. 2000 y Valentino et al. 2011). Debido a que el cuestionario a utilizar en la presente investigación posee preguntas pertinentes a la emoción de orgullo, y no esperanza ni entusiasmo, se

limitara a utilizar el orgullo para formular hipótesis asociadas resultados de estudios que han abordado la emoción de entusiasmo general.

El orgullo puede ser entendido como “la reacción a las señales que tienen implicaciones positivas para los objetivos que tenga una persona” (Brader 2005, 5). Este vendría a reforzar el compromiso que se posee con aquellas metas y aumentarían la motivación de los individuos para involucrarse. El orgullo es una emoción que afecta de manera directa al voto de las personas (Marcus y MacKuen 1993). Esta emoción refuerza compromisos de identificación ideológica o con candidatos, entonces se espera que se vote por aquellos candidatos que provocan esta emoción. A su vez, el orgullo lleva a las personas a participar más en campañas o actividades políticas y tienden a polarizar sus posiciones.

El Miedo

Esta emoción posee una influencia particularmente fuerte en los ciudadanos, provocando que estos adopten una postura más cautelosa y atenta (Brader 2012; Ladd y Lenz 2008). El miedo hace que las personas estén más receptivas a la información y al ser persuadidos (Eagly y Chaiken 1993), lo que a su vez hace que estos tiendan a pensar de forma más cauta los distintos puntos de vista que se le presenta para determinar su voto. Esto provoca un procesamiento más profundo de la información política que se tiene disponible y se tienda a buscar aún más (Valentino et al. 2011).

Los votantes, al experimentar la presencia de una amenaza, tienden a abandonar el partidismo como guía para la elección de candidatos y pasan más tiempo buscando nueva información (Marcus y MacKuen 1993). A su vez, tienden menos a votar según la ideología partidaria que tengan y son más precavido con aquellas candidaturas que son más riesgosa, buscando evitar aquello que genera este miedo (Brader 2012).

La elección de esta emoción se basa en que la teoría demuestra el efecto directo que tiene el miedo en las preferencias de los votantes, lo que a su vez es un reflejo cercano al comportamiento electoral final (Marcus y MacKuen 1993).

Aunque a veces se han abordado la ansiedad y el miedo de forma separada, para la presente investigación se utilizarán indistintamente, de manera similar a los trabajos de Brader (2006), Marcus (2000) y Valentino (2011), esto debido a que no existe una pregunta que aborde la emoción de ansiedad en sí en la encuesta.

La Rabia

Finalmente, la rabia, al igual que el orgullo, es una emoción que refuerza las tendencias automáticas de los ciudadanos de no pensar y reflexionar profundamente sus opiniones (Brader 2012). Es una emoción omnipresente en la época de elecciones ya que es utilizada para medir el “estado de ánimo” del país durante esa temporada (Valentino et al. 2011).

Esta emoción se produce cuando el individuo percibe que sus metas u objetivos se ven obstaculizados intencionalmente (Lazarus 1991), por lo que se busca removerlo. Esta emoción es una potente fuente de movilización política, a la vez que lleva a las personas a seguir sus convicciones ideológicas o partidarias y haciéndolos más abiertos a votar por aquellos candidatos más arriesgados (Brader 2012).

La capacidad de las emociones para explicar el comportamiento de los distintos actores de la arena política permite abordar el voto desde una perspectiva no utilizada anteriormente en Chile. Las distintas emociones conllevan a que las personas actúen de ciertas formas, lo que permite esperar ciertas actitudes como el que las personas eviten aquellos candidatos que provoquen emociones negativas como el miedo o la rabia. A su vez, estos mismos al sentir emociones como el orgullo, piensan menos y están más dispuestos a seguir predisposiciones que poseen respecto al candidato.

1.4 Hipótesis

H1: Aquellas personas que expresaron haber experimentado emociones de rabia y miedo por un candidato, poseen menos probabilidades de votar por este.

H2: Aquellas personas que expresaron haber experimentado orgullo por un candidato, poseen mayores probabilidades de votar por este candidato

H3: Las personas que tienen una percepción positiva de la economía del país, tienden a votar por Alejandro Guillier.

H4: Los electores tienden a votar por el candidato de la coalición con la que se sienten identificados.

H5: Las mujeres tienden a votar por el candidato de centro-derecha, Sebastián Piñera.

H6: Los encuestados que presenten mayor nivel socioeconómico y educacional, tienen mayores probabilidad de votar por Sebastián Piñera.

H7: La edad no influye en el voto de los electores

CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA

La presente investigación tiene como pregunta de investigación: ¿Qué impacto tienen las emociones en el comportamiento electoral de los votantes de Sebastián Piñera, Alejandro Guillier y Beatriz Sánchez durante la primera vuelta electoral de las elecciones presidenciales de Chile del 2017?

La medición de todas las variables abordadas se efectúa en base a datos presentados en la primera Encuesta Nacional de Emociones y Política 2018. Esta encuesta postelectoral fue realizada entre diciembre de 2017 y enero del 2018. La población objetivo son personas chilenas residentes en el país. La muestra está compuesta por 2000 personas, mayores de 18 años, determinadas mediante un muestreo de carácter probabilístico y aleatorio en cada uno de sus etapas. La elección de esta encuesta se basa en que posee mediciones de emociones hacia los candidatos que participaron en las elecciones presidenciales de 2017. Además, este cuestionario incluye variables abordadas habitualmente por la literatura para explicar el comportamiento electoral.

Para poder abordar la pregunta de investigación se considerará como variable dependiente el comportamiento electoral de los votantes de: Sebastián Piñera, Alejandro Guillier y Beatriz Sánchez. Las variables independientes corresponden a las emociones de miedo, rabia y orgullo hacia los candidatos. Además, se consideran cinco variables de control: identificación con coaliciones, percepción sociotrópica de la economía, género, nivel socioeconómico, edad y años de escolaridad.

Variables

A continuación, se procederá a indicar las mediciones correspondientes a cada una de las variables señaladas.

a. Variable Dependiente

La variable dependiente de la investigación es Comportamiento electoral. Para abordarla se considera el voto efectivo de los encuestados. Para su medición se

empleará la pregunta: ¿Por qué candidato voto usted? Los candidatos testeados son Piñera, Guillier y Sánchez, por lo que se emplearán tres modelos en donde se codifique de manera dicotómica el voto, siendo: (1) voto por el candidato y (0) no voto por el candidato.

La elección de estos tres candidatos se debe a que fueron los que obtuvieron los mayores porcentajes de votos. Sebastián Piñera logró el 36,64% de los votos, Alejandro Guillier el 22,70% y Beatriz Sánchez el 20,27%. Si bien, solo los dos primeros pasaron a primera vuelta, se incluye a Sánchez debido a la estrecha diferencia porcentual que tiene con Alejandro Guillier. El Frente Amplio ha surgido como nuevo bloque opositor a la izquierda del espectro político, por lo que es relevante considerar de qué manera podría haber incidido este grupo en los porcentajes de la segunda mayoría (Nueva Mayoría) y de qué manera pueden coincidir o variar las emociones que provocan los candidatos en consideración a lo que genera el otro.

b. Variables Independientes

Las variables independientes son: miedo, rabia y orgullo hacia cada uno de los candidatos. Su medición se efectúa en base a la presencia o ausencia de la emoción hacia ellos a lo largo de la campaña.

Las respuestas a las preguntas “Con qué frecuencia diría usted que tuvo miedo de [Piñera/Guillier/Sánchez por el tipo de persona que es o por algo que ha hecho”, “Con qué frecuencia diría usted que tuvo rabia de [Piñera/Guillier/Sánchez por el tipo de persona que es o por algo que ha hecho y “Con qué frecuencia diría usted que tuvo orgullo de [Piñera/Guillier/Sánchez por el tipo de persona que es o por algo que ha hecho” se recodificara en variables dicotómicas. La categoría “Nunca” se le otorgara el valor de (0) “Nunca ha sentido la emoción”, mientras que “Algunas veces”, “Casi la mitad del tiempo”, “La mayoría de las veces” y “Siempre” tendrán el valor (1) “Sí ha sentido la emoción”. Se optó por esta forma de codificación, ya que la mayoría de los entrevistados señala “nunca” haber sentido emociones hacia los candidatos.

A continuación, la tabla 2 presenta las tres emociones correspondientes a las variables independientes resumidas:

Tabla 2. Variables Independientes

<i>Variable</i>	<i>Preguntas</i>	<i>Categorías de respuestas</i>
Miedo	¿Con qué frecuencia diría usted que tuvo miedo de [Piñera/Guillier/Sánchez] por el tipo de persona que es o por algo que ha hecho?	(1) “Sí sintió la emoción” (0) “Nunca sintió la emoción”
Rabia	¿Con qué frecuencia diría usted que se sintió enojado con [Piñera/Guillier/Sánchez] por el tipo de persona que es o por algo que ha hecho?	
Orgullo	¿Con qué frecuencia diría usted que se sintió orgulloso de [Piñera/Guillier/Sánchez] por el tipo de persona que es o por algo que ha hecho?	

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta Emociones y Política.

Para el análisis se considerarán tanto las emociones provocadas por el candidato al que se le está midiendo el voto como a los otros dos, lo que permitirá apreciar posibles interacciones entre ellos.

c. Variables de Control

A continuación, se presentarán las seis variables de control a considerar a lo largo de la investigación.

Identificación con coalición: Considerando que el sistema de partidos chileno posee una naturaleza de grandes bloques más que de partidos únicos, la identificación se medirá con la pregunta ¿Qué coalición política representa mejor sus ideas? Se recodificarán los resultados para utilizar cuatro categorías: (1) Ninguna, (2) Nueva Mayoría, (3) Frente Amplio y (4) Chile Vamos.

Percepción de la economía (sociotrópica): Para el presente trabajo se medirá la evaluación de la economía desde una perspectiva sociotrópica, esto debido a que es la que ha demostrado nivel explicativo en la teoría. Se utilizará la pregunta ¿Cómo calificaría la actual situación económica del país? Para esto se recodificarán las categorías en tres: (1) mala, (2) Ni buena ni mala y (3) Buena

Nivel socioeconómico: será realizará una recodificación, estableciendo tres categorías para la variable: (1) “clase baja”, (2) “clase media/c3” y (3) “clase alta/ c2 y abc1”.

Género: se medirá con los códigos (1) si el encuestado es hombre y (0) si es mujer.

Años de escolaridad: Se utilizará para esta variable la pregunta Sin tomar en cuenta las repeticiones de curso, ¿cuántos años de estudio aprobados tiene Ud.? No se realizaran recodificaciones para esta variable, manteniendo los valores originales.

Edad: se utilizara la pregunta ¿Cuál es su edad? Manteniendo los valores indicados por los encuestados.

En el anexo 1 se presentan los estadísticos descriptivos de todas las variables utilizadas.

CAPÍTULO 3. DETERMINANTES DEL VOTO EN CHILE: ANÁLISIS DESCRIPTIVO

En este capítulo se analizarán las variables que serán abordadas en la investigación para tener un panorama inicial. Se presentarán los resultados de la Encuestas de Emociones y Política 2018 respecto a los resultados oficiales. También se analizarán los resultados en consideración a la distribución de las emociones provocadas por los candidatos y el resto de las variables.

¿Por quién votaron los chilenos?

Para la investigación se consideró a aquellos encuestados que aseguraron haber ido a votar en la primera vuelta presidencial de 2017. Estos corresponden al 63,9% de estos.

La tabla 3 muestra los resultados oficiales de la primera vuelta electoral y los resultados de la encuesta Emociones y Política (2018). Se puede observar que un 38,2% de los encuestados votó por Sebastián Piñera, mientras que un 25,9% votó por Alejandro Guillier y el 22,8% lo hizo por Beatriz Sánchez. Estos resultados varían entre 2 a 3 punto porcentual de los resultados oficiales de la primera vuelta electoral. Los porcentajes se asimilan a los oficiales y mantienen el orden de las preferencias.

Tabla 3. Porcentajes de votos por candidato.

Candidato	Resultado Oficial	Voto declarado en encuesta
<i>S. Piñera</i>	36,64	38,2
<i>A. Guillier</i>	22,7	25,9
<i>B. Sánchez</i>	20,27	22,8
<i>M. Enríquez-Ominami</i>	5,71	4,8
<i>J. A. Kast</i>	7,93	4,5
<i>C. Goic</i>	5,88	3,1
<i>E. Artés</i>	0,51	0,6
<i>A. Navarro</i>	0,36	0,2
<i>Total</i>	100	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta *Emociones y Política (2018)* y *Servel*.

Emociones hacia los candidatos

En la tabla 4 se muestra el porcentaje de la frecuencia en que cada uno de los tres candidatos provocó las emociones de miedo; rabia y orgullo en los encuestados.

Tabla 4. Porcentaje de emociones hacia los tres principales candidatos

Variables	S. Piñera	A. Guillier	B. Sánchez
Miedo	29,1	27,7	21,2
Rabia	40,8	38,2	30,8
Orgullo	32,3	28,4	31,9

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta *Emociones y Política*.

El candidato que provocó mayor miedo fue Piñera, con un 29,1% de las respuestas afirmativas. Le sigue Guillier con un 27,7% y finalmente Sánchez con un 21,2%. El miedo es la emoción que los encuestados afirmaron haber experimentado en menor medida.

En cambio, la rabia fue la emoción que obtuvo la mayor frecuencia. Con esto se puede comprender que los encuestados sintieron en mayor medida rabia hacia los candidatos analizados en comparación al miedo o el orgullo. Sebastián Piñera, pese a ser el candidato con mayor votación, es el que generó mayor rabia en las personas, el 40,8% manifestó haber sentido rabia por él a lo largo de la campaña. Por otro lado, Beatriz Sánchez fue la candidata que menos rabia generó, un 30,8% de los encuestados afirmó haber sentido rabia hacia ella.

Finalmente, sobre el orgullo, los resultados son bastante similares entre los candidatos. Piñera es nuevamente el candidato que obtuvo una mayor frecuencia, un 32,3% de las personas afirmó haberse sentido orgulloso de él. En segundo lugar está Sánchez con un 31,9%, y en tercer lugar Guillier, quien obtuvo la menor frecuencia con un 28,4%.

El candidato que provocó mayores emociones negativas (miedo y rabia) fue el candidato de centro-derecha, Sebastián Piñera. A su vez, Beatriz Sánchez fue la que menos sentimientos negativos generó en los encuestados. Pese a esto, Piñera es también quien genera más orgullo en los encuestados, lo que demuestra una polarización de los votantes frente a este.

Se realizaron cruces que permiten ver la distribución de los votantes respecto a las emociones (ver tabla 5) y las variables de control (ver tabla 6 y 7).

Tabla 5. Porcentajes de presencia de las emociones en el voto de los candidatos.

		Votó por Piñera	Votó por Guillier	Votó por Sánchez
Miedo a Piñera	Si	9%	44,4%	52,2%
	No	91%	55,6%	47,8%
Chi ² =		120,064 ^{*,b}	31,337 ^{*,b}	62,788 ^{*,b}
Miedo a Guillier	Si	49,3%	13,8%	75%
	No	60,7%	86,2%	25%
Chi ² =		33,748 ^b	34,669 ^{*,b}	1,632 ^b
Miedo a Sánchez	Si	28,7%	16,5%	9,3%
	No	71,3%	83,5%	90,7%
Chi ² =		20,314 ^{*,b}	3,797^b	22,705 ^{*,b}
Rabia a Piñera	Si	11%	61,3	75,1%
	No	89%	38,7	24,9%
Chi ² =		217,627 ^{*,b}	50,201 ^{*,b}	127,013 ^{*,b}
Rabia a Guillier	Si	57,5	16,3	58,1%
	No	42,5	83,7	41,9%
Chi ² =		63,130 ^{*,b}	84,357 ^{*,b}	,139^b
Rabia a Sánchez	Si	49,3%	24,6%	14,6%
	No	50,7%	75,4%	85,4%

Chi ² =		78,042 ^{*,b}	8,142 ^{*,b}	Chi ² =37,640 ^{*,b}
Orgullo a Piñera	Si	73,4%	10,8%	9,1%
	No	26,6%	89,2%	90,9%
Chi ² =		385,876 ^{*,b}	80,511 ^{*,b}	78,820 ^{*,b}
Orgullo a Guillier	Si	8,3%	69,6%	40,5%
	No	91,7%	30,4%	59,5%
Chi ² =		137,049 ^{*,b}	226,809 ^{*,b}	10,371 ^{*,b}
Orgullo a Sánchez	Si	13,1%	44,2%	78,5%
	No	86,9%	55,8%	21,5%
Chi ² =		117,524 ^{*,b}	11,541 ^{*,b}	230,484 ^{*,b}

* p < 0.05; ** p < 0.01; *** p < 0.001

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta *Emociones y Política*.

En la tabla 5 se advierte una significancia generalizada de las emociones provocadas por los candidatos y el voto de estos mismos, con la excepción de tres casos.

Al observar los porcentajes de voto respecto al miedo, en el voto de Piñera queda claro que un porcentaje mínimo declaró haber sentido miedo y aun así votó por este (9%). Guillier obtuvo el porcentaje más alto de personas que pese haber sentido miedo a él, lo votaron igualmente (13,8%).

En cuanto al miedo de un candidato y el de voto de otro, de las personas que votaron por Sánchez, los porcentajes de quienes admitieron haber sentido miedo por las otras opciones van entre el 50%-75%. En general, los votantes de Beatriz sintieron más miedo hacia los otros candidatos. Sánchez fue la que menos miedo provocó, el 71,3% de los votantes de Piñera y el 83,5% de Guillier no sintieron miedo a la candidata, siendo la relación con el voto de este último no significativa.

Respecto a la rabia, nuevamente los votantes de Beatriz Sánchez son los que sintieron más rabia hacia los otros candidatos. El 75,1% y 58,1% de estos sintieron rabia hacia Piñera y Guillier respectivamente. Por otra parte, Piñera fue el candidato que provocó mayor rabia a los votantes de los otros candidatos. Como se señaló, un 75,1% de los votantes de Beatriz sintieron rabia por el candidato de Chile Vamos, mientras que un 61,3% de los votantes de Guillier expresaron lo mismo.

El candidato que más hizo “rabiar” a sus votantes fue Guillier, el 16,3% de sus votantes confesaron haber sentido rabia por este. En cambio, Piñera provocó rabia en solo el 11% de sus votantes. En general, los porcentajes de rabia que provocan los candidatos en sus electores son bajos.

Respecto al orgullo, Sánchez fue quien hizo sentir más orgullosos a sus votantes, un 78,5% expresó haber sentido esta emoción por ella. En cambio, Guillier fue el que menos generó esta emoción en sus electores, un 30,4% de estos confesó no haber sentido orgullo por él.

Un dato interesante es el cruce entre el orgullo de Guillier y Sánchez con sus votos. Los votantes de estos sintieron en porcentajes similares orgullo hacia el otro candidato. El 40,5% de los votantes de Beatriz se sintieron orgullosos por Guillier, mientras que un 44,2% de los votantes de este último sintieron lo mismo por la candidata.

Los votantes de Sebastián Piñera son los que menos sintieron orgullo por otro candidato. De hecho, el 91,7% expresó no haber sentido nunca orgullo por Alejandro Guillier, el porcentaje más alto en esta emoción.

En la tabla 6 se puede observar que la mayoría de los votantes no se identifica con ninguna coalición: el 56,7% de los votantes de Piñera, el 55,3% de Guillier y el 39,4% de Sánchez. Piñera es quien posee un mayor porcentaje de votantes que no se identifican con ninguna coalición, mientras que Sánchez la menor. Esta candidata es la que presenta una mayor disciplina de quienes se identifican con su coalición, su votación está constituida en un 50,6% por personas que se identifican

con su bloque. Guillier es quien percibe un menor porcentaje de personas identificados con la Nueva Mayoría, un 33,6%. De quienes pertenecen a esta última coalición, un 8,1% se escapa y se inclina por la otra opción de la izquierda, Beatriz Sánchez.

Tabla 6. Variables de control y voto de los candidatos.

		Votó a Piñera	Votó a Guillier	Votó a Sánchez
Identificación coaliciones	Ninguna	56,7%	55,3%	39,4%
	Nueva Mayoría	3,9%	33,6%	8,1%
	Frente Amplio	1,4%	8,7%	50,6%
	Chile Vamos	38%	2,4%	1,9%
	Chi ² =	274,478 ^{*,b}	163,415 ^{*,b}	336,470 ^{*,b}
Percepción de la economía	Mala	41,2%	21,6%	29,6%
	Ni buena ni mala	44,9%	51,2%	46,8%
	Buena	13,9%	27,2%	23,6%
Chi ² =	29,737 ^{*,b}	17,755 ^{*,b}	1,290 ^{*,b}	
Género	Mujer	52,9%	50,2%	54,2%
	Hombres	47,1%	49,8%	45,8%
Chi ² =	165 ^b	,461 ^b	,544 ^b	
Nivel socioeconómico	DE	30,3%	35,8%	22,2%
	C3	38,7%	40,2%	47%
	C2	18,8%	18,4%	26,6%
	ABC1	12,2%	5,6%	4,2%
Chi ² =	13,480 ^{*,b}	4,566 ^b	24,155 ^{*,b}	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta *Emociones y Política*.

Respecto a la percepción de la economía, los votantes de Guillier expresaron menos que la economía nacional estaba mal, siendo un 21,6%, mientras que el

27,2% de estos cree que está bien. Los votantes de Piñera son los más críticos, el 41,2% de estos considera que la economía del país está mal, y solo un 13,9% que estaba bien. Quienes votaron por Beatriz Sánchez fueron más moderados, el 46,8% dijo que la economía no estaba ni bien ni mal, pero el porcentaje de quienes dijeron que está mal (29,6%) es superior a quienes encontraban que estaba bien (23,6%).

Respecto a la variable de género, no existen grandes diferencias. Los tres candidatos poseen en su mayoría una muy leve preponderancia del voto femenino, el que es mayor en el caso de Sánchez (54,2%). En cambio, Guillier es quien posee el menor porcentaje de voto femenino con un 50,2%, no obstante, sigue teniendo más votos femeninos.

Los resultados de la variable socioeconómica son variados si se ven comparativamente, pero si se observada cada caso hay un elemento en común. Analizando desde clases, Guillier es quien presenta un mayor porcentaje de la “clase baja” (DE), con un 35,8% de sus votos, mientras que esta clase representa un menor porcentaje para Sánchez, siendo su 22,2% de los votos. Respecto a la clase media (C3), Beatriz Sánchez es quien obtiene mayores porcentajes de apoyo dentro de sus votos, con un 47%. En cuanto a la clase ABC1 (C2 y ABC1), Piñera es quien obtiene un mayor porcentaje de apoyo proveniente de esta, componiendo el 18,8% y 12,2% de su votación. Pese a esto, los tres concentran sus mayores porcentajes de apoyo en la clase C3. El 38,7% de los votantes de Piñera son C3, así como el 40,2% de Guillier y el 47% de Sánchez.

En la tabla 7 se pueden ver las variables de años de escolaridad y edad. En promedio, las personas que votaron por Guillier poseen 1-2 años menos de educación que los votantes de Piñera y Sánchez. En cambio, son los votantes de la candidata del Frente Amplio los que poseen una mayor educación, en promedio tienen 13,79 años de estudio.

Tabla 7. Variables de control y Voto de los candidatos.

	<i>Votó a Piñera</i>	<i>Voto a Guillier</i>	<i>Voto a Sánchez</i>
Edad	47,85	51,3	40,28

Años de escolaridad	12,04	11,66	13,79
----------------------------	-------	-------	-------

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta *Emociones y Política*.

En cuanto a la edad, los votantes de Alejandro Guillier son los más viejos, ya que en promedio su elector tiene 51 años, en comparación a los a los 48 años y 40 años que promedian los votantes de Sebastián Piñera y Beatriz Sánchez.

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS INFERENCIAL

A continuación, la tabla 8 muestra la relación entre el voto y las emociones de miedo, rabia y orgullo que generan los tres candidatos, con el objetivo de medir el efecto de estas variables en el voto. Además, se incluyeron las seis variables de control: identificación con coaliciones, percepción socio-trópica de la economía, género, nivel socioeconómico, años de escolaridad y edad. Para esto, se realizaron tres modelos de regresión logística binaria para los tres candidatos.

Tabla 8. Efectos de las emociones en voto por candidato en primera vuelta 2017

Variable	Voto a S. Piñera	Voto a A. Guillier	Voto a B. Sánchez
Miedo a Piñera	-1.333*** (0.327)	0.304 (0.247)	-0.0318 (0.271)
Miedo a Guillier	0.487 (0.316)	-0.751* (0.383)	0.0507 (0.365)
Miedo a Sánchez	-0.154 (0.353)	0.338 (0.395)	-0.667 (0.427)
Rabia a Piñera	-1.564*** (0.288)	0.380 (0.254)	0.818*** (0.285)
Rabia a Guillier	0.117 (0.286)	-0.979*** (0.303)	0.503* (0.299)
Rabia a Sánchez	0.460 (0.297)	0.515* (0.307)	-1.010*** (0.340)
Orgullo a Piñera	2.063*** (0.216)	-1.508*** (0.285)	-1.404*** (0.328)
Orgullo a Guillier	-1.432*** (0.339)	3.163*** (0.334)	-1.726*** (0.324)
Orgullo a Sánchez	-0.266 (0.307)	-1.659*** (0.341)	2.881*** (0.316)
Nueva Mayoría	-0.536 (0.406)	0.796*** (0.260)	-0.197 (0.345)
Frente Amplio	-0.903* (0.492)	-1.080*** (0.320)	1.744*** (0.276)
Chile Vamos	1.350*** (0.251)	-1.096** (0.443)	-1.356** (0.589)
Economía: ni buena ni mal	-0.0660 (0.210)	0.647*** (0.232)	-0.588** (0.255)
Economía: buena	-0.104 (0.284)	0.570** (0.273)	-0.640** (0.305)
Años de Escolaridad	-0.0246 (0.0291)	-0.0391* (0.0234)	0.00895 (0.0276)
Nivel socioeconómico medio	-0.129 (0.237)	-0.172 (0.233)	0.0853 (0.275)
Nivel socioeconómico alto	0.226 (0.299)	0.122 (0.294)	0.149 (0.329)
Género	0.0221 (0.193)	0.148 (0.191)	-0.275 (0.223)
Edad	0.00331 (0.00610)	0.00965* (0.00576)	-0.0181*** (0.00696)
Constante	-0.881 (0.542)	-2.050*** (0.490)	-1.382** (0.584)
Pseudo R ²	0,468	0,382	0,444
Observaciones	1,129	1,129	1,129

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

4.1 El Voto de Sebastián Piñera

El primer modelo se analiza la relación entre las emociones a los candidatos y el voto de Sebastián Piñera. Este arroja que a nivel de las emociones provocadas por este mismo, tanto el miedo, la rabia y el orgullo son estadísticamente significantes. Esto significa que si uno experimenta una de estas emociones hacia Piñera, esto influye en la determinación de votar o no por él.

De manera más específica, las dos primeras emociones poseen una relación negativa con el voto. Al tener miedo o rabia por Piñera, se tiende a votar menos por él. Las personas al experimentar a Piñera como amenaza sienten miedo o rabia, lo que conllevan a que se busque evitarlo o removerlo mediante la opción de no votar por este.

En cambio, existe una relación positiva entre el orgullo hacia Piñera y el comportamiento electoral de sus votantes. Aquellas personas que experimentan orgullo por aquel candidato tienden a votar de acuerdo a sus identificaciones y aquellos que generan este orgullo. La presencia o no de orgullo por Piñera es la que posee el mayor coeficiente entre todas las demás variables, lo que significa que una persona que siente orgullo por Piñera probablemente vote por este, así como aquellos que no, no lo hagan.

Respecto a las emociones que provocan los otros candidatos, en este modelo solamente el orgullo hacia Guillier es significativa. Esta relación tiene un valor negativo, lo que significa que quienes no sienten orgullo por Guillier tienden a votar por Piñera. Sin embargo, se podría esperar que también incidiera el orgullo por Sánchez, pero esto no ocurre. Se debe tener en consideración que los dos candidatos masculinos eran posicionados como las dos primeras mayorías por los sondeos, mientras que a la candidata se le ubicaba varios puntos porcentuales por debajo de los otros dos, por lo que la importancia de esta emoción no sería tan relevante al no verla como una alternativa cercana a disputar las elecciones.

Por su parte, la rabia y el miedo que pueden sentir las personas por los otros dos candidatos de la izquierda no necesariamente determina la elección del voto de

por Piñera. El votante de Piñera no determina su voto por este según las emociones negativas que provoquen los otros dos candidatos, sino que pareciera ser que en esta decisión son más influyentes las emociones que genera el propio candidato de Chile Vamos.

Las variables de control poseen una influencia mucho más acotada. La identificación con las coaliciones es la única que incide en la determinación del voto a Piñera, particularmente la identificación con las coaliciones del Frente Amplio y Chile Vamos. La primera posee una relación negativa con el voto, por lo que las personas que se identifican con el Frente Amplio prefieren no votar por Piñera. En cambio, aquellos que se identifican con esta Chile Vamos tienden a votar por su candidato. El resultado es esperable al analizar la teoría, en tanto la identificación con los partidos o coaliciones ha sido un determinante históricamente importante en Chile. La relación negativa entre el bloque frenteamplista y el voto de Piñera se puede explicar por la postura crítica presentada por la coalición de centro-izquierda frente a Chile Vamos y sus lineamientos políticos.

Respecto a las otras cinco variables de control que no muestran relación con el voto de Sebastián Piñera, la percepción económica socio-trópica llama particularmente la atención.

Sebastián Piñera, desde su proclamación como candidato de Chile Vamos, señaló la necesidad de “superar el estancamiento económico” que experimentaba el país en su momento, siendo la economía un eje importante durante su campaña. Se reiteró en numerosas ocasiones el negativo panorama económico que vivía el país durante el segundo gobierno de Michelle Bachelet, y que se requería una reactivación en esta. No obstante, este aspecto no incide en la determinación de sus votantes. Pese a ser el candidato de oposición más potente durante las elecciones, los electores de Piñera no concibieron la idea de castigo al gobierno de la época optando por la candidatura de Chile Vamos. Entonces, la percepción de la economía no influyó en aquellos que votaron por el candidato de Chile Vamos.

Finalmente, ni los años de escolaridad, el nivel socioeconómico, la edad, ni el género son significantes para el voto de Piñera, existiendo una nula incidencia de elementos sociodemográficos.

4.2 El Voto de Alejandro Guillier

En cuanto al voto de Alejandro Guillier, este modelo posee resultados similares al primero respecto a los efectos de miedo, la rabia y el orgullo al candidato y su propio voto.

El miedo y la rabia poseen nuevamente relaciones negativas respecto al voto de Guillier, entonces, las personas que experimentaron estas emociones por él, evitaron votar por este. A su vez, se repite el resultado respecto al orgullo hacia él mismo, siendo además la variable más influyente dentro del modelo y en comparación a los otros dos. Las personas que admitieron haber sentido orgullo por Guillier fueron propensas a votar por él, así como las que no, lo evitaron. Como Guillier cumplía con los estándares que sus votantes tenían respecto a él, estos experimentan la emoción de orgullo y son motivados a votar por quien se sienten identificados, quien es finalmente el candidato de la Nueva Mayoría.

A nivel de las emociones provocadas por los otros candidatos, los resultados son más variados en comparación al voto de Piñera. La única emoción que no mostró relación con el voto de Guillier fue el miedo. No por sentir miedo por otro candidato las personas optan por votar por Guillier. Entonces, el miedo solamente influye en el voto de Guillier cuando este miedo es provocado por él mismo.

Respecto a la rabia, y pese a lo que se podría esperar, no fue el candidato que superaba a Guillier en las encuestas, Sebastián Piñera, el que incidió en el voto del candidato de la Nueva Mayoría, sino que fue la candidata del Frente Amplio la que obtuvo un valor significativo. En este sentido, las personas que poseen mayores niveles de rabia hacia Sánchez tienden a inclinarse a favor de Guillier. Esto se puede entender en tanto, al ser las dos principales opciones de la izquierda para las elecciones, el desencuentro entre las partes es más constante. Esta relación entre la rabia de uno de los candidatos de izquierda y el voto del otro se repite más adelante al analizar el voto de Sánchez.

Considerando lo anterior, se evidencia que la verdadera disputa existente en estas elecciones no era entre las dos principales mayorías, sino que entre las principales alternativas de la centro-izquierda. Este último argumento se sostiene además por el hecho de que no existe una relación entre la rabia que genera Piñera y el voto por Guillier. Esto permite comprender por qué fue difícil el traspaso de votos obtenidos por Sánchez a Guillier para la segunda vuelta.

En cuanto al orgullo, esta emoción a nivel de los otros candidatos sí incide en la determinación del voto de Guillier. La relación que se evidencia es negativa, aquellos que se sintieron orgullosos por Piñera o Sánchez no tienden a votar por el candidato de la Nueva Mayoría. Como se señala en la segunda hipótesis del estudio, uno al sentir esta emoción positiva por otro candidato tendería a votar por quien le provoca el orgullo en sí, y no por otro candidato, en este caso Alejandro Guillier.

A diferencia del voto de Piñera, en el caso de Guillier la influencia de las variables de control es mayor. La identificación con las coaliciones, la percepción sociotrópica de la economía, años de escolaridad y la edad influyen en el voto de Guillier. Pero se repite la no influencia del género y el nivel socioeconómico en el voto.

La identificación con las coaliciones poseen una relación similar al modelo del voto de Piñera. Esta variable posee los mayores coeficientes significativos en el modelo en cuanto a variables de control. En este caso, la identificación es significativa en las tres coaliciones. La actitud de las personas es la esperada en tanto quienes se identifican con la coalición de la Nueva Mayoría votan por Alejandro Guillier, así como los que no, no lo hacen.

Respecto a la percepción sociotrópica de la economía, se puede observar el carácter económico en los votantes de Alejandro Guillier. Aquellos que consideran que la gestión de la economía nacional durante el gobierno de Michelle Bachelet no fue mala, votan por Alejandro Guillier, premiando así al gobierno al optar por el candidato oficialista

En relación a la educación, existe una relación negativa con el voto. Aquellas personas que tienen menos años de estudio poseen una inclinación a votar por Alejandro Guillier, mientras que los que poseen más años optan por otras alternativas electorales. Solamente en el voto de Guillier los años de escolaridad influyen, mientras que en los otros dos modelos la variable no es significativa.

Finalmente, la edad también posee valores significantes en relación al voto de Guillier. A mayor edad, mayor inclinación a votar por el candidato de la Nueva Mayoría. Mientras que al disminuir la edad, la tendencia a votar por Guillier disminuye. En este sentido, Alejandro Guillier concentra el voto conservador de la izquierda. La gente mayor que no se inclina por nuevos rostros ni por propuestas radicales, pero que se identifica con el espectro ideológico de la izquierda votó por Guillier.

4.3 El Voto de Beatriz Sánchez

Finalmente, en el tercer modelo se evalúa la incidencia de las variables en el voto de Beatriz Sánchez. Este se diferencia de los resultados de los dos anteriores respecto al miedo. Esta es la única emoción que no es significativa a ningún nivel, ya sea las emociones provocadas por la candidata o por los generados por Piñera o Guillier.

En los modelos anteriores la emoción de miedo era al menos significativa respecto al mismo voto del candidato, pero en este caso no es así. Las personas pueden no sentir miedo por Beatriz Sánchez, pero esto no significa que la gente vote por ella, los electores pueden ser indiferentes en este aspecto. Se debe considerar que Sánchez es la candidata que provocó en menor medida la emoción de miedo en los encuestados, por lo que esta emoción no estaría tan presente a la hora de votar por ella.

Sin embargo, las emociones de rabia y orgullo si son significantes para el modelo, pero esto no ocurre solamente a nivel de las emociones provocadas por la candidata, sino que también lo son las generadas por Piñera y Guillier. Las personas que sienten rabia por Piñera y Guillier son más proclives a votar por Beatriz Sánchez, o sea, buscan apartar estos elementos que obstruyen sus objetivos, para lo que optan por votar a la tercera alternativa que corresponde a Sánchez.

La rabia hacia Piñera es la más influyente respecto a los contendores de la candidata. Esto significa que los votantes de Sánchez habrían experimentado más rabia hacia Piñera que hacia Guillier. La rabia generada por este último no deja de ser significativa en el voto de Sánchez, pero lo es menor medida que la rabia a Piñera. Esto se puede explicar en tanto la candidata del Frente Amplio criticó mayormente al candidato de Chile Vamos durante su campaña electoral, siendo un punto de referencia constante.

Si bien, la rabia que experimentan los votantes de Sánchez con Piñera posee un coeficiente superior, la rabia hacia Guillier también influye en el voto de Sánchez. Como se señaló anteriormente en el apartado de *El Voto de Alejandro Guillier*, existe una relación entre la rabia que genera Sánchez y el voto de Guillier, la que se replica en la rabia hacia Guillier y el voto a Sánchez. Entonces, la emoción de rabia hacia uno de ellos, conlleva a la votación del otro.

Este cruce entre la rabia de un candidato y el voto del otro solo ocurre entre estos dos candidatos de la izquierda. Con esto, se evidencia que la verdadera disputa existente en estas elecciones presidenciales no era entre las dos principales mayorías electorales, sino que era entre las dos principales alternativas de la centro-izquierda.

Se comprende el por qué finalmente fue difícil el traspaso de votos obtenidos por Beatriz Sánchez al candidato de la Nueva Mayoría para la segunda vuelta electoral. Los votantes de Sánchez tienden a experimentar rabia hacia Piñera, por lo que era de esperar que en una segunda vuelta electoral optaran por no votar por este. Sin embargo, la alternativa al candidato de Chile Vamos era Alejandro Guillier, otra opción que también provocaba rabia, por lo que el traspaso de apoyo entre los bloques no sería tan simple. Esta misma situación fue evidencia por la misma candidata y su bloque, quienes no expresaron su apoyo a Guillier hasta poco antes de la segunda vuelta.

Las variables de control que inciden en el voto son la identificación con coaliciones, la percepción socio-trópica de la economía y la edad. Por otro lado, el nivel socioeconómico y el género no poseen valores significantes.

La identificación con coaliciones que influyen en el voto de Sánchez son las de Chile Vamos y el Frente Amplio. Aquellos que señalaron identificarse por el Frente Amplio votan por Beatriz Sánchez, mientras que aquellos que se sienten más cercanos a Chile Vamos tienden a no votar por esta. Al observar el coeficiente de la identificación con el Frente Amplio, este es el más alto de los tres modelos respecto a las coaliciones. Con esto se puede inferir que aquellos que se identifican con el Frente Amplio son más disciplinados en tanto otorgar el voto a la

coalición que los representa, en comparación a los votantes de Piñera o Guillier. Respecto a la identificación con la Nueva Mayoría, no pareciera haber relación entre la identificación con esta coalición y la intención de votar o no por Sánchez.

Se advierte una relación alta entre la percepción de la economía negativa con el voto a favor de Beatriz Sánchez. Aquellos que poseen una evaluación negativa del desempeño económico castigan al gobierno de la época optando por la candidata no perteneciente a la coalición de gobierno. Durante su campaña, Beatriz Sánchez no solo realizó críticas a la productividad del país como hizo también Piñera, sino que se centró en el cambio del modelo económico actual basado en la explotación de materias primas no renovables y que no aborda la erradicación la desigualdad.

Uno de los resultados más interesantes obtenidos es el efecto considerable de la edad en el voto de Beatriz Sánchez. Los jóvenes tienden a inclinar sus preferencias por Sánchez, mientras que al aumentar la edad, el apoyo hacia la candidata disminuye. Esto permite especular un efecto MEO 2.0, en tanto, los jóvenes tienden a premiar aquellos candidatos nuevos, críticos a los modelos tradicionales y con ideas de cambio al *establishment*.

En lo que respecta al nivel socioeconómico, el género y años de escolaridad, estos no demostraron tener relación con el voto de Beatriz Sánchez.

4.4 El efecto de las emociones en el voto de los chilenos: principales resultados.

En síntesis, se puede señalar que el miedo solamente es significativo cuando se evalúa la percepción del mismo candidato, siendo la excepción el caso de Beatriz Sánchez. No existe relación entre el miedo que genere uno de los candidatos y la votación que obtiene otro.

A diferencia de lo anterior, el voto de un candidato sí se ve influenciado por las emociones de rabia y orgullo que provocadas por otros. Respecto a la emoción de rabia, los tres candidatos poseen una relación negativa con la rabia que generan ellos mismos. Aquel que generó rabia en el votante, tiende a no contar con su voto.

En el caso del orgullo, no solo existe una relación positiva entre esta emoción a nivel del candidato junto a sus contendientes y el comportamiento electoral en los tres casos, sino que además es la emoción que presenta los mayores coeficientes respecto al voto. Las personas que expresaron sentirse orgullosas por cierto candidato poseían una mayor tendencia a votar por este. De forma preliminar se puede señalar que para predecir por quién votara una persona, se debe observar en primer lugar el orgullo que genera cada uno de los candidatos.

La explicación de la mayor significancia de la emoción de orgullo en los tres modelos responde a lo postulado anteriormente por autores de la psicología electoral, no solamente en la acción de determinar el voto, sino que también expresarla a la hora de ser consultado. El orgullo motiva a las personas a ser más expresivas. En este sentido, uno al sentirse orgulloso de algo o de alguien tiende a expresarlo más, en este caso la expresión corresponde a la manifestación de haber votado por el candidato que le provocó la emoción de orgullo. Entonces, uno al ser consultado respecto a las elecciones, se es más abierto a señalar que votó por un candidato cuando este le generó orgullo.

Cuatro de las seis variables de control demostraron tener relación con la variable dependiente en al menos uno de los modelos. Las dos variables que no obtuvieron ningún resultado fueron el género y nivel socioeconómico.

La identificación con la coalición es la variable de control con mayor valor explicativo en los tres modelos. Como se esperaba, aquellos que se identificaban con la Chile Vamos tendían a votar por Piñera, los de la Nueva Mayoría tendían a votar por Guillier y los del Frente Amplio por Sánchez.

Otro elemento a analizar es la capacidad explicativa que tienen las variables de emociones frente a las tradicionales. Los modelos 1, 2 y 3, al ser limitados a las variables dependientes de emociones, poseen un R² respectivamente de: 0,44; 0,32; y 0,35. En cambio, al abordar estos modelos solo las seis variables de control, alcanzan una capacidad explicativa de: 0,16; 0,15; y 0,25.

Entonces, se puede afirmar que las emociones poseen una mayor capacidad explicativa frente a las variables tradicionales. Con esto se hace referencia al porcentaje en que los modelos con las variables explican el comportamiento electoral. El modelo que posee el R² más alto la variabilidad del voto de Piñera es explicada en un 43,5% por las emociones de miedo, rabia y orgullo, mientras que en Guillier el voto se explica en un 32% por las variables independientes, y el de Beatriz Sánchez un 34,7%.

En cambio, los modelos con las variables tradicionales poseen una menor capacidad explicativa. Las seis variables de control explican tan solo en un 19,6% la decisión de voto por Piñera, en Guillier es del 14,8% y Sánchez el 25,3%.

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES

Las últimas elecciones presidenciales chilenas de 2017 llamaron la atención respecto a los resultados obtenidos, particularmente en la primera vuelta electoral. Los porcentajes no tan altos de Piñera en comparación a lo que se esperaba y la aparición de una tercera fuerza que descolocaría a la Nueva Mayoría formaron un panorama que las encuestas no pudieron prever. Si bien se hizo eco de esta imprecisión, surgen las dudas respecto a cómo finalmente los chilenos deciden por quién votar. La presente investigación analizó la incidencia de las emociones en el comportamiento electoral de los chilenos durante la primera vuelta de estas elecciones.

Los candidatos seleccionados fueron los que obtuvieron las tres primeras mayorías: Sebastián Piñera, Alejandro Guillier y Beatriz Sánchez. A su vez, se eligieron las emociones de miedo, rabia y orgullo que generaban estos mismos candidatos. Se plantearon dos hipótesis, la primera señala que las personas que sintieron miedo o rabia hacia un candidato, evitaran votar por este. En segundo lugar, aquellas personas que sintieron orgullo por un candidato, tienden a votar por este.

Se incluyeron cinco hipótesis para las seis variables de control (identificación con coaliciones, la percepción sociotrópica de la economía, género, nivel socioeconómico, edad y años de escolaridad).

En el análisis se evidenció que las emociones provocaron efectos en el comportamiento general de los electores. Los modelos demostraron que las emociones son más influyentes a nivel del mismo candidato al que se le mide el voto. Entonces, lo que uno siente por un candidato influye en la decisión de votar por este o no.

La única excepción fue el caso del voto de Beatriz Sánchez y el miedo hacia esta misma. Una posible explicación para esto es que Sánchez fue la candidata que

género menor miedo en los encuestados, y una parte importante de estos expresaron una actitud de indiferencia frente a ella.

Como se planteó, las emociones de miedo y rabia conllevan a que las personas eviten votar por quienes provocan estas emociones negativas. Mientras que el orgullo genera que las personas se inclinen a elegir aquellos que provocan esta emoción

La emoción de orgullo fue la que obtuvo los niveles de significancia más altos en los tres modelos. Este resultado ser el predictor más potente del comportamiento electoral de los chilenos durante la primera vuelta. En este sentido, se puede señalar que para saber por quién votó un elector durante las presidenciales de 2017 hay que poner atención en qué candidato le provocó orgullo.

No obstante, a nivel de las emociones que generan los candidatos y su efecto en el voto de otro, la incidencia varía según el caso y la emoción. El voto por Piñera es el que menos se ve afectado por las emociones provocadas por otros candidatos, en comparación a los otros dos.

Llamó la atención la emoción de rabia entre los dos candidatos de la izquierda. El voto de los dos se ve influenciado por la rabia que provoca el otro, en tanto, quienes sienten rabia por Guillier, votan a favor de Sánchez, y viceversa. Esto demuestra la tensión existente en este sector político y explica el porqué de la dificultad del traspaso de votos entre las partes para la segunda vuelta electoral, lo que facilitó la victoria del candidato de Chile Vamos.

Tal como señala la teoría, la identificación con las coaliciones es una variable relevante para el comportamiento electoral de los chilenos. Aquellos que se identificaban con Chile Vamos votaron por Piñera, los con la Nueva Mayoría por Guillier y los del Frente Amplio por Sánchez.

La percepción de la economía tuvo resultados interesantes. En primer lugar, se comprueba la tercera hipótesis respecto al voto como premio a la coalición gobernante. Las personas que consideraban que la economía del país no estaba mal, votan por el candidato oficialista Alejandro Guillier. Sin embargo, en la

oposición las actitudes estuvieron divididas. Los votantes de Piñera no necesariamente determinaron su voto por la evaluación que tienen de la economía nacional. En cambio, esta evaluación influye en los votantes de Sánchez, quienes al percibir peor la economía se inclinaron por la candidata del Frente Amplio.

Pese a que en la quinta y sexta hipótesis se planteó que las mujeres y las personas con más años de escolaridad y mayor nivel socioeconómico se inclinarían por Piñera, esto no ocurrió. Se evidenció relación negativa entre el voto de Guillier y la educación. Mientras menos años de educación, mayor es la tendencia a votar por este.

Además, llamó la atención la incidencia de la edad en el voto de Sánchez, en tanto los electores más jóvenes tienden a preferir a la candidata del Frente Amplio. A su vez, la edad también influyó en el voto de Guillier. Mientras más años tiene el elector, mayor tendencia a votar por el candidato de la Nueva Mayoría.

Esta tesis permite señalar que las emociones influyen en el voto de los chilenos y que además poseen una capacidad explicativa importante. No obstante, se debe tener en cuenta que en esta investigación solo se aborda un caso de estudio. Es necesario un seguimiento longitudinal de las emociones que experimentan los chilenos en los próximos comicios, tanto nacionales como locales, para compararlas y obtener resultados más generalizables.

Uno de los principales desafíos que posee este tipo de trabajo es el cuestionamiento a las encuestas como herramientas para medir las emociones de forma directa y precisa. Existen elementos que pueden influir en la medición de la emoción, tales como quién realiza la encuesta, la cantidad de alternativas que hay y sus contenidos, la redacción de las preguntas, el tiempo para responder, entre otros. Aun así, es el instrumento más viable para este tipo de investigaciones en Chile actualmente. Existen métodos de medición que emplean análisis electromagnéticos de las emociones de las personas, no obstante, estos tienen desafíos en su aplicación relacionados al alcance, el costo monetario y el tiempo que requiere. Por esto, se debe enfocar en disminuir los errores y limitaciones que enfrentan las encuestas, para realizar una mejor medición.

Finalmente, se tiene como propuesta, en la agenda investigativa, no limitar el análisis de las emociones a la figura misma del candidato, sino que evaluar distintos hitos de la campaña de este y observar la varianza de las emociones que va provocando por episodio en los electores. Las emociones no son estáticas, por lo que se debe tener en cuenta que las distintas acciones y momentos que viven los presidenciales generan a su vez distintas emociones en los votantes.

Bibliografía

- Aguirre, Gonzalo y Mauricio Morales. 2014. Jóvenes y participación electoral en Chile 1989-2013. Analizando el efecto del voto voluntario. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud* 12 (2): 597-615.
- Altman, David. 2004. Redibujando el mapa electoral chileno: incidencia de factores socioeconómicos y género en las urnas. *Revista de Ciencia Política: Santiago*. 24(2): 49-66.
- Avendaño, Octavio y Pablo Sandoval. 2010. Volatilidad y movilidad electoral en las elecciones presidenciales chilenas. Período 1989-2009. Presentado en el “IX Congreso de Ciencia Política”, 11 de noviembre al 13 de noviembre, en Santiago, Chile.
- Bargsted, Matías y Nicolas Somma. 2016. Social cleavages and political dealignment in contemporary Chile, 1995–2009. *Party Politics* 22 (1): 105-124.
- Bartneck, C. 2002. Integrating the OCC Model of Emotions in Embodied Characters. En *Proceedings of the Workshop on Virtual Conversational Characters*, 39-48, Australia: University of Eindhoven.
- Brader, Ted. 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.
- _____, 2006. *Campaigning for hearts and minds: How emotional appeals in political ads work*. Estados Unidos: University of Chicago Press.
- _____, 2011. The political relevance of emotions: “Reassessing” revisited. *Political Psychology*, 32(2), 337-346.
- _____, 2012. The Emotional Foundations of Democratic Citizenship. En *New Directions in Public Opinion*, 227-253. Estados Unidos: Routledge.
- _____, Nicholas Valentino. 2007. Identities, interests, and emotions: Symbolic versus material wellsprings of fear, anger, and enthusiasm. En *The affect*

- effect: Dynamics of emotion in political thinking and behavior*, 180-201. Estados Unidos: University of Chicago Press.
- _____, George Marcus. 2013. Emotion and political psychology. En *The Oxford handbook of political psychology*.
- Bunker, Kenneth y Patricio Navia. 2010. El votante díscolo. En *Chile 2009: Percepciones Y Actitudes Sociales*, 121.
- Campbell, Angus, Philip Converse, Warren Miller y Donald Stokes. 1960. *The American Voter*. Estados Unidos: The University of Chicago Press.
- Contreras, Gonzalo y Patricio Navia. 2013. Diferencias generacionales en la participación electoral en Chile, 1988-2010. *Revista de Ciencia Política*. 33 (2), 419-441.
- Converse, Philip y Donald Kinder. 2004. Voting and electoral behavior. En *A telescope on society: Survey research and social science at the University of Michigan and beyond*, 70-97. Estados Unidos: University of Michigan Press.
- Duverger, Maurice. 1959. *An introduction to the social sciences with special reference to their methods*. Estados Unidos: G. Allen & Unwin.
- Eagly, Alice y Shelly Chaiken. 1993. *The psychology of attitudes*. Estados Unidos: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers,
- Encuesta CEP. 2017. Estudio Nacional de Opinión Pública N° 81. Disponible en:https://www.cepchile.cl/cep/site/artic/20171025/asocfile/20171025105022/encuestacep_sep_oct2017.pdf
- Engel, Eduardo y María Araos. 1989. Desempleo, votación histórica y el plebiscito de 1988. *Colección estudios CIEPLAN* 27: 5-17.
- Enelow, James y Melvin Hinich. 1984. *The Spatial Theory of Voting: An Introduction*. Estados Unidos: Cambridge University Press.

- Eysenck, Hans. 1964. *Psicología de la decisión política*. Seminario de Derecho Político de la Universidad de Barcelona: Barcelona.
- Fiorina, Morris. 1978. Economic Retrospective Voting in American National Elections: A Micro-Analysis. *American Journal of Political Science* 2 (mayo): 426-43.
- Givens, Terri. 2004. The Radical Right Gender Gap. *Comparative Political Studies*, 37(1): 30–54.
- González, José. 1999. Geografía Electoral de Chile: Comportamiento del Electorado Chilenos entre 1932 y 1992. *Estudios Geográficos* 60: 121-138.
- Goodwin, Jeff, James Jasper, y Francesca Polletta. 2009. *Passionate politics: Emotions and social movements*. Estados Unidos: University of Chicago Press.
- Green, Donald y Jonathan Cowden. 1992. Who Protests: Self-Interests and White Opposition to Busing. *Journal of Politics* 54: 471-496.
- Grossi, Francisco, Francisco Herrero, Francisco Rodríguez y José Fernández. 2000. Conducta de voto en los jóvenes. *Psicothema*, 12(2): 255-259.
- Jasper, James. 2014. Emotions, sociology, and protest. Collective emotions. *Sociological forum* 3 (septiembre): 341-355.
- Kinder, Donald y Roderick Kiewiet. 1981. Sociotropic Voting: The American Case. *British Journal of Political Science* 11. 129-1
- Kinder, Donald. 2013. Reason and emotion in American political life. En *Beliefs, reasoning, and decision making*, 287-324. Estados Unidos: Psychology Press.
- Ladd, Jonathan, y Gabriel Lenz. 2008. Reassessing the role of anxiety in vote choice. *Political Psychology*, 29(2), 275-296.

- Lau, Richard. 2003. Models of decision-making. En Leonie Huddy, David Sears y Jack Levy (Eds.) 2003. *Oxford handbook of political psychology*. Estados Unidos: Oxford University Press. 19-59.
- _____, David y Redlawsk. 2006. How voters decide: Information processing in election campaigns..Inglaterra: Cambridge University Press
- Lazarsfeld Paul, Bernard Berelson, y Hazel Gaudet. 1948. *The people's choice*. Estados Unidos: Columbia University Press.
- Lazarus, Richard. 1991. Progress on a cognitive-motivational-relational theory of emotion. *American Psychologist*, 46(8), 819-834.
- López, Miguel. 2004. Conducta electoral y estratos económicos: el voto de los sectores populares en Chile. *Política*, (43), 285-298.
- Lupia, Arthur. 1994. Shortcuts Versus Encyclopedias: Information and Voting Behavior in California Insurance Reform Elections. *The American Political Science Review*, 88(1), 63-76.
- Madrid, Andrés, y Patricio Navia. 2009. ¿Víctima de su propio éxito? Disminución de la pobreza en Chile y apoyo electoral a la Concertación. En *El genoma electoral chileno. Dibujando el mapa genético de las preferencias políticas en Chile*, Mauricio Morales y Renato Briceño, 117-137. Chile: Ediciones Universidad Diego Portales.
- MacKuen, Michael, George Marcus, Russell Neuman y Luke Keele. 2007. The third way: The theory of affective intelligence and American democracy. En *The affect effect: Dynamics of emotion in political thinking and behavior*. George Marcus, Russell Neuman, 124-151. Estados Unidos: University of Chicago Press.
- Marcus, George y Michael MacKuen. 2001. Emotions and politics: The dynamic functions of emotionality. En *Citizens and politics: Perspectives from political psychology*, 41–67. Estados Unidos: Cambridge University Press.

- _____, Russell Neuman y Michael MacKuen. 2000. *Affective intelligence and political judgment*. Estados Unidos: University of Chicago Press.
- Martínez, Rubén. 2016. Perspectiva de la teoría de clivajes para el caso latinoamericano. *Cuadernos Americanos: Nueva Epoca*, 1(155), 97-115.
- Montecinos, Egon. 2007. Análisis del comportamiento electoral: De la elección racional a la teoría de redes. *Revista de Ciencias Sociales* 13(1), 9-22.
- Morales, Mauricio. 2010. Disolución de la identificación partidaria en Chile. *Encuesta Nacional UDP 2010*, 45-59.
- _____. (2009) "Las bases electorales de los candidatos presidenciales 2009." Documento de Trabajo del Observatorio Electoral, ICSO-UDP, Santiago.
- _____. Patricio Navia y Antonio Poveda. 2009 ¿Quién vota por Piñera? En Chile 2008: Percepciones y Actitudes Sociales. *Instituto de Investigación en Ciencias Sociales* (47).
- _____. María Sánchez. 2010. La segunda es la vencida: Piñera y sus bases de apoyo. En *El sismo electoral de 2009*. Mauricio Morales y Patricio Navia, 57-78. Santiago: Ediciones Universidad Diego Portales
- Navia, Patricio. 2004. Participación electoral en Chile, 1988-2001. *Revista de ciencia política*, 24(1), 81-103.
- Neuman, Russell, George Marcus, Ann Crigler y Michael MacKuen. 2007. Theorizing affect's effects. En *The affect effect: Dynamics of emotion in political thinking and behavior*, Ann Cringel, 1-20. Estados Unidos: University of Chicago Press.
- Ojha, Hardeo y Brajbala Sah. 1990. Personality and Socio-Familial Correlates of Conservatism in Indian Youth. *International Journal of Psychology* 25 (2): 295-304.

- Ortega, Eugenio. 2003. Los partidos políticos chilenos: Cambio y estabilidad en el comportamiento electoral 1990-2000. *Revista de Ciencia Política* 23 (2): 109-147
- Ortony, Andrew, Gerald Clore y Allan Collins. 1990. *The cognitive structure of emotions*. Inglaterra: Cambridge University Press.
- Panzer, John y Ricardo Paredes. 1988. El rol de Consideraciones Económicas en el Resultado del Plebiscito. *Estudios de Economía* 16 (junio): 115-128.
- Paramio, Ludolfo. 2000. Clase y voto: intereses, identidades y preferencias. *Rei*: 79-93.
- Peschard, Jacqueline. 2000. Comportamiento electoral. *Léxico de la política*: 68-74.
- Roseman, Ira. 1991. Appraisal determinants of discrete emotions. *Cognition & Emotion* 5 (3): 161-200.
- Sanbonmatsu, Kira. 2002. Gender Stereotypes and Vote Choice. *American Journal of Political Science*, 46(1), 20.
- Scherer, Klaus, Angela Schorr y Tom Johnstone. 2001. *Appraisal processes in emotion: Theory, methods, research*. Estados Unidos: Oxford University Press.
- Schulman, Mark, y Gerald Pomper. 1975. Variability in electoral behavior: Longitudinal perspectives from causal modeling. *American Journal of Political Science* 19 (febrero): 1-18.
- Simon, Herbert. 1995. Rationality in political behavior. *Political psychology* 16 (marzo): 45-61.
- Sniderman, Paul, Richar Brody y Phillip Tetlock. 1991. *Reasoning and Choice. Explorations in Political Psychology*. Inglaterra: Cambridge University Press

- Somma, Nicolás y Sebastián Daza. 2018. El Impacto de la Edad, el Voto Egotrópico y las Divisiones Políticas en la Elección Chilena en 2009-2010. *Cuadernos ISUC* 1 (2).
- Soto, Ignacio y Patricio Navia. 2015. It's not the economy, stupid. ¿Qué tanto explica el voto económico los resultados en elecciones presidenciales en Chile, 1999-2013? *Política*, 53(julio): 161-185.
- Steunebrink, Bas, Mehdi Dastani y John Meyer. 2009. The OCC model revisited. Ponencia presentada en the 4th Workshop on Emotion and Computing.
- Stokes, Susan, Adam Przeworski, Jorge Laredo y Leandro Wolfson, L. 1997. Opinión pública y reformas de mercado: Las limitaciones de la interpretación económica del voto. *Desarrollo Económico*, 37(abril-junio): 31.
- Tironi, Eugenio, Felipe Agüero y Eduardo Valenzuela. 2001. Clivajes políticos en Chile: perfil sociológico de los electores de Lagos y Lavín. *Revista Perspectivas* 5: 73-87.
- Torres, Javier. 2009. Identificación política en Chile: Síntoma de una paradoja. Papers de trabajo ICSO UDP 3.
- Valentino, Nicholas, Tomas Brader, Eric Groenendyk, Krysha Gregorowicz y Vicent Hutchings. 2011. Election night's alright for fighting: The role of emotions in political participation. *The Journal of Politics*, 73(1): 156-170.
- van Stekelenburg, Jacqueline y Bert Klandermans. 2013. The social psychology of protest. *Current Sociology* 61 (5-6): 886-905.
- Varas, Miguel, y Ricardo Valenzuela. 2015. Sufragio femenino en Chile: origen, brecha de género y estabilidad, 1935-2009. *Revista de Estudios Sociales*, 53: 124-137.
- Weingast, Barry. 1979. A rational choice perspective on congressional norms. *American Journal of Political Science*, 245-262.

Zaller, John. 1992. *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Inghilterra: Cambridge University Press.

Anexos

Tabla A-1. Estadísticos Descriptivos de las Variables.

	N	Mínimo	Máximo	Promedio	Desviación estándar
Votó a Piñera	393	0	1	,31	,462
Votó a Guillier	267	0	1	,21	,406
Votó a Sánchez	235	0	1	,18	,388
Miedo a Piñera	1883	0	1	,29	,454
Miedo a Guillier	1880	0	1	,28	,448
Miedo a Sánchez	1864	0	1	,21	,409
Rabia a Piñera	1900	0	1	,41	,492
Rabia a Guillier	1899	0	1	,38	,486
Rabia a Sánchez	1885	0	1	,31	,462
Orgullo a Piñera	1897	0	1	,32	,468
Orgullo a Guillier	1893	0	1	,28	,451
Orgullo a Sánchez	1887	0	1	,32	,466
Identificación con coalición	1948	1	4	1,68	1,085
Percepción de la economía	1990	1	3	1,88	,709
Nivel socioeconómico	2000	1	4	1,97	,885
Años de escolaridad	1934	,00	56,00	12,036	4,164
Edad	2000	18,00	99,0	44,487	17,269

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de encuesta *Emociones y Política*.