

Emociones y participación electoral

La elección presidencial chilena de 2017

Carolina Segovia y Ricardo Gamboa*

RESUMEN: Este artículo analiza la relación entre las emociones y la participación electoral. Se pregunta cuáles de ellas incentivan o inhiben el voto, y si tienen o no el mismo rol en distintos grupos etarios. Para este análisis utilizamos los resultados de una encuesta realizada en Chile para las elecciones de 2017. La evidencia indica primero que, a nivel de la población general, efectivamente existe una relación entre el miedo y el optimismo y la decisión de votar. Segundo, que en el caso de la población joven esta asociación es aún más relevante. Tercero, la rabia no estaría vinculada a la decisión de votar.

Palabras clave: emociones, jóvenes, participación electoral, Chile.

Emotions and Electoral Participation: The 2017 Chilean Presidential Election

ABSTRACT: This article analyzes the association between emotions and electoral participation. It asks which encourages or inhibits the vote and whether or not they play the same role in different age groups. To address these questions, we use the results of a survey conducted in Chile during the 2017 elections. It is argued, first, that among the general population, fear and optimism play a role in the decision of the vote. Second, in young people's case, these emotions play an even more significant role. Third, anger is not related to the decision to vote.

Keywords: emotions, young people, electoral participation, Chile.

INTRODUCCIÓN

El día de la elección es uno cargado de emociones. Tal como es reportado habitualmente por los medios de comunicación, algunos votantes muestran entusiasmo y alegría por participar en la elección. Otros electores expresan rabia, miedo o desencanto en relación con distintos candidatos. Las emociones no están presentes sólo

* **Carolina Segovia** es profesora asociada del Departamento de Estudios Políticos, Universidad de Santiago de Chile. Av. Víctor Jara 3650, Estación Central. Tel: +562 2718 1574. Correo-e: carolina.segovia.a@usach.cl. ORCID: 0000-0001-6586-1643. **Ricardo Gamboa** es profesor titular del Instituto de Estudios Internacionales, Universidad de Chile. Condell 249, Providencia. Tel: +562 2977 2800. Correo-e: rgamboa@uchile.cl. ORCID: 0000-0001-5728-2772. Este trabajo fue realizado gracias al financiamiento otorgado por ANID/Fondecyt/1170335 y por ANID/Fondap/1523A0005.

Artículo recibido el 13 de junio de 2023 y aceptado para su publicación el 21 de julio de 2024.

ese día. Durante toda la campaña, los mensajes políticos buscan incentivar el voto a través de la generación de entusiasmo por algún candidato o apelando al miedo frente al posible triunfo del opositor (Brader, 2005, 2006). Las campañas políticas y, en Chile, la franja televisiva, hacen uso de emociones para motivar la participación y generar una mayor adhesión a las distintas opciones en competencia. Si las emociones están presentes durante todo el proceso electoral, ¿pueden ellas explicar la participación de las personas en las elecciones? ¿Tienen todas las emociones el mismo efecto o hay ciertas emociones que tienen un mayor impacto en la disposición a votar? ¿Son las emociones más importantes en la decisión del voto de algunos grupos de electores que en la de otros? Estas preguntas guían este trabajo.

La investigación respecto de los determinantes de la participación es amplia y ha mostrado que el voto está vinculado a factores institucionales (como, por ejemplo, las características del sistema electoral) e individuales. Si consideramos aquellas variables asociadas a la conducta individual, la investigación ha advertido que la participación electoral se explica por factores tan diversos como la edad, los recursos de los que disponen las personas, el compromiso político que exhiben, y las redes con las que están vinculados (Verba *et al.*, 1995; Prior, 2019), por mencionar aquellos más relevantes.

En el caso de América Latina, los estudios de participación electoral se han centrado en los factores políticos e institucionales que la explican (Fornos *et al.*, 2004; Pérez-Liñan, 2001), siendo aún escasa la investigación de los determinantes individuales del voto (Carlin y Love, 2015; Carreras y Castañeda-Angarita, 2014; Corvalán y Cox, 2013). Más aún, poca atención se ha puesto en el impacto que las emociones pueden tener en la decisión del voto, sobre todo en el caso de países de América Latina. Este trabajo busca contribuir a llenar este vacío, no sólo aportando mayor evidencia sobre la vinculación entre emociones y decisión de votar, sino sobre si estas afectan de forma distinta esa decisión según grupo etario.

Las emociones se definen como respuestas o reacciones a hechos o acontecimientos específicos y son, por lo tanto, actitudes de corto plazo, que pueden ir variando en el curso de una campaña electoral (Valentino *et al.*, 2011). Las emociones, además, motivan la acción: dependiendo de cuál emoción se experimenta, las personas pueden reaccionar de distintas formas (escapar de aquello que atemoriza, enfrenar aquello que produce rabia, o celebrar aquello que entusiasma o suscita alegría, por nombrar algunos ejemplos). De esta manera, las emociones permitirían explicar variaciones de la conducta de los individuos (Valentino *et al.*, 2011; Weber, 2013). Sin embargo, en el caso de la actividad política, la investigación sobre el efecto de las emociones se ha concentrado en formas de participación distintas a la electoral (Philips y Plutzer, 2023). En este trabajo, entonces, extendemos el análisis y nos preguntamos si las emociones explican, al menos en parte, la decisión de ir a votar el día de la elección.

Avanzar en este sentido es relevante. El voto no sólo es la forma de participación más importante para las democracias, sino que además difiere de otras formas de participación. Así, primero, las elecciones se producen en fechas preestablecidas (es decir, no están asociadas a acciones más espontáneas como ocurre, por ejemplo, en las protestas). Segundo, las elecciones tienen un periodo que puede durar varios meses de campañas políticas antes de su realización. Durante ese periodo, los candidatos y partidos entregan y discuten sus propuestas y buscan la adhesión de los electores. En países con voto voluntario, como es el caso de la elección chilena de 2017, además, los partidos y candidatos deben movilizar a los votantes para lograr su participación. Con estas características en consideración, el papel que tienen las emociones también puede ser diferente a lo que ocurre en otras actividades. En particular, las emociones (que pueden ser variadas) que las personas experimentan durante las campañas no se transforman en acción en forma instantánea, sino que se debe esperar hasta la fecha preestablecida de la elección (Philips y Plutzer, 2023).

En este contexto, como indicamos arriba, nos preguntamos primero si las emociones que las personas experimentan hacia los candidatos presidenciales afectan su decisión de participar en elecciones. De acuerdo con lo que analizamos más adelante, se argumenta que así ocurre, ya que las emociones que se han producido en campaña —positivas o negativas— pueden entregar a las personas motivaciones para votar o no. Segundo, nos preguntamos qué emociones son relevantes para explicar la participación electoral (Philips y Plutzer, 2023). Analizamos el impacto de tres emociones (rabia, miedo y optimismo), ya que la investigación académica ha mostrado que estas son las más relevantes para explicar la participación política. La rabia, el miedo y el optimismo afectan la decisión de participar ya que, como se explica más adelante, producen en las personas impulsos motivacionales específicos —ya sea como defensa frente al riesgo, disposición a confiar en ciertos actores políticos o para castigar a otros (Marcus *et al.*, 2000; Marcus, 2013; Philips y Plutzer, 2023)—. Por último, nos preguntamos sobre la importancia de las emociones en la participación de un segmento particular de la población: los jóvenes (menores de 30 años). Esto porque la investigación ha mostrado que quienes pertenecen a este grupo etario tienden a votar menos que el resto de la población, lo cual se explicaría porque disponen de menos recursos (Milbrath, 1965; Plutzer, 2018; Rosenstone y Hansen, 1993), o porque no han desarrollado el compromiso y las redes que motiven e incentiven su participación electoral (Corvalán y Cox, 2013; Dassonneville, 2017; Dinas, 2018; Carlin y Love, 2015; Prior, 2019; Holbein y Hillygus, 2020). Entonces, a falta de estos incentivos o facilitadores de la participación, argumentamos que las emociones pueden tener un mayor impacto en la decisión del voto dentro de este grupo (Valentino *et al.*, 2009).

Para responder a las preguntas planteadas, elaboramos una encuesta que fue implementada después de las elecciones de 2017, a una muestra de 2 000 casos, representativa de la población nacional. Analizamos la relación entre el miedo, la rabia y el optimismo hacia los candidatos presidenciales, así como de otras variables del modelo clásico de participación, con la probabilidad de votar en la elección presidencial.

Este artículo muestra, primero, que las emociones están asociadas a la participación electoral. Dentro de ellas, y controlando por otros factores, el miedo es la emoción que más explicaría la participación electoral de los chilenos, actuando esencialmente como un inhibidor de esta. También observamos un efecto movilizador del optimismo. La rabia, por otra parte, no estaría asociada a la probabilidad de votar. Segundo, en el caso de los jóvenes o menores de 30 años, la asociación entre las emociones y la decisión de votar sigue el mismo patrón que en la población general. Sin embargo, se observa una diferencia entre ambos grupos, en términos de que el efecto de las emociones es mayor respecto de su decisión de participar electoralmente.

Chile es un caso idóneo para realizar este tipo de estudio porque, al igual que en otras democracias consolidadas, el país exhibe declinantes tasas de participación electoral, en particular entre los jóvenes. Este fenómeno, a su vez, se desarrolla en un contexto de niveles decrecientes de identificación política (Bargsted y Somma, 2016). A esto se agrega el hecho de que en 2012 Chile eliminó la obligatoriedad del voto. Estos tres elementos generan un escenario en el cual variables como las emociones pueden tener un rol relevante en la disposición a votar de las personas. En ausencia de un determinante institucional —el voto obligatorio— y de la relativa menor incidencia de otras variables clásicas (por ejemplo, la identificación partidaria), las emociones pueden ayudarnos a entender mejor qué mueve a los chilenos a participar.

Este trabajo constituye un aporte a la investigación comparada por varias razones. Primero, porque los estudios de participación electoral en América Latina se han centrado en los factores políticos e institucionales que la explican, siendo aún escasa la investigación de los determinantes individuales del voto, en particular las emociones. Segundo, porque este trabajo avanza la investigación analizando el rol que las emociones tienen en la decisión de participar y, en especial, porque también compara su impacto en distintos grupos etarios, proveyendo evidencia de que este puede ser distinto según la edad de las personas.

El artículo se organiza de la siguiente manera. En el primer apartado realizamos la discusión teórica sobre el impacto de las emociones en la participación electoral, y presentamos nuestras hipótesis. En la segunda sección describimos los datos y métodos utilizados. En la tercera, exponemos nuestros resultados. Finalmente, concluimos.

EMOCIONES Y PARTICIPACIÓN ELECTORAL

¿Por qué las personas votan —o no— en elecciones? La investigación ha mostrado que existen factores contextuales e institucionales¹ (como las instituciones electorales y las características políticas, económicas y sociales de los países) (Cancela y Geys, 2016; Geys, 2006) y factores individuales que permiten explicar la participación electoral (Schlozman *et al.*, 2018; Carreras y Castañeda-Angarita, 2014; Rosentone y Hansen, 1993; Lewis-Beck *et al.*, 2008; Norris, 2011; Popkin y Dimock, 1999). En este trabajo nos centramos en el impacto que tienen tres emociones en el voto: el miedo, la rabia y el entusiasmo. En lo que sigue, reseñamos brevemente la investigación académica en esta materia y exponemos las hipótesis de este trabajo.

Rabia, miedo y entusiasmo: tres emociones que impactan en el comportamiento electoral

Las emociones poseen dos características importantes que hacen que se les considere como variables relevantes de la participación política. Las emociones son, primero, respuestas a objetos o acontecimientos relevantes: las emociones son sobre algo (Marcus *et al.*, 2000). Y la investigación ha mostrado que la política es lo suficientemente relevante como para que las personas experimenten, al menos en algunas ocasiones como las elecciones, emociones hacia los acontecimientos políticos del momento o hacia personajes públicos, como los candidatos en una elección (Philips y Plutzer, 2023; Brader y Wayne, 2016; Huddy *et al.*, 2007; Just *et al.*, 2007; Phoenix, 2020).

En segundo lugar, las emociones son impulsos motivacionales; es decir, van acompañadas de la tendencia a hacer algo (Brader y Wayne, 2016; Marcus *et al.*, 2000; Neuman, 2007). Entregan, de esta manera, motivaciones de corto plazo que pueden llevar a las personas a participar, por ejemplo, en una elección, pero no en otra (Valentino *et al.*, 2011; Phoenix, 2020; Philips y Plutzer, 2023). Si las personas participan porque pueden, porque quieren o porque alguien las invitó (Schlozman *et al.*, 2018), entonces es necesario explicar por qué, en algunos casos, personas que cuentan con estos recursos no participan. Motivaciones de corto plazo, como las emociones hacia los candidatos, pueden en este contexto tener una influencia importante en la decisión del voto (Valentino *et al.*, 2011; Phoenix, 2020).

Ahora bien, como indicamos anteriormente, la literatura sugiere que no todas las emociones tienen los mismos efectos en la probabilidad de participar en política (Brader y Wayne, 2016; Marcus y MacKuen, 1993; Rudolph *et al.*, 2000). La investigación se ha centrado en el estudio del impacto que tienen el miedo, la

¹ Existe una amplia literatura dedicada a estudiar el impacto de variables contextuales e institucionales en las tasas de participación que se observan en el nivel nacional o subnacional. Para una completa revisión, véanse Geys (2006), y Cancela y Geys (2016). Al concentrarse este trabajo en los determinantes individuales de la participación, no consideramos esta literatura.

rabia y el optimismo en la decisión de participar en política. ¿Por qué estudiar el impacto de estas emociones y no otras? La investigación en el área ha demostrado que estas emociones sí tienen impactos específicos en la participación política (Capelos, 2013; Marcus, 2013; Philips y Plutzer, 2023). Como se señala más adelante, el miedo, la rabia y el optimismo son emociones que impactan en la probabilidad de “hacer algo” o no. En otras palabras, llevan a las personas a actuar de determinada manera. Y la investigación muestra que esto también ocurre en el campo político (Albertson y Gadarian, 2015; Demertzis, 2013; Jenkins, 2018; Rico *et al.*, 2017).

El miedo se genera por la presencia de una amenaza al bienestar de las personas, en ocasiones donde hay incertidumbre respecto de los resultados —como ocurre durante una elección— y lleva a los ciudadanos a estar más alertas, motivando el escape del peligro (Albertson y Gadarian, 2015; Brader y Wayne, 2016; Capelos, 2013; Ladd y Lenz, 2008; Lerner *et al.*, 2015). Por lo tanto, el miedo está asociado, primero, a la percepción de incertidumbre: el evento que lo motiva no tiene un resultado claro y se evalúa como una amenaza al bienestar futuro. Segundo, el miedo también expresa la percepción de los individuos respecto de la falta de control que tienen de los eventos que producen esta emoción (Capelos, 2013, Albertson y Gadarian, 2015; Huddy *et al.*, 2007; Brader y Wayne, 2016). En otras palabras, al sentir miedo, las personas perciben una amenaza respecto de la cual no tienen control. Esta combinación llevaría, entonces, a que el miedo esté asociado a la búsqueda de, por una parte, más información y, por la otra, de conductas que permitan evadir el riesgo. En una elección, la conducta de evasión del riesgo se expresaría al inhibir la participación (Huddy *et al.*, 2007; Capelos, 2013, Albertson y Gadarian, 2015). Nuestra primera hipótesis es:

H1. La probabilidad de votar es menor entre quienes han experimentado miedo durante la campaña electoral.

El optimismo, por su parte, es impulsado por el progreso percibido hacia objetivos deseados. En el campo de la acción política, el optimismo puede aumentar la motivación a perseguir los fines deseados, hacer que las personas estén menos dispuestas a evaluar cuidadosamente las alternativas y a que tengan mayor confianza en lo observado (Brader y Wayne, 2016; Jenkins, 2018; Lerner *et al.*, 2015). En el contexto de una elección, entonces, lo esperable es que el optimismo hacia un candidato aumente la probabilidad de votar de una persona. En este trabajo hipotetizamos, por lo tanto, que

H2. La probabilidad de votar es mayor entre quienes experimentan optimismo hacia los candidatos presidenciales.

La rabia, finalmente, se produce cuando se observa la existencia de obstáculos para la obtención de ciertos fines o cuando se percibe que otros han recibido un daño que no es merecido. La rabia, por lo tanto, motiva a las personas a remover los obstáculos, a castigar a los agresores, a estar más dispuesto a tomar riesgos y a que sea menos posible el compromiso (Brader y Wayne, 2016; Capelos, 2013; Lerner *et al.*, 2015; Rico *et al.*, 2017). De acuerdo con lo anterior, la rabia estaría relacionada con una mayor probabilidad de participar en política y de votar.

H3. Controlando por otros factores, la probabilidad de votar es mayor entre quienes experimentan rabia hacia los candidatos presidenciales.

El impacto de las emociones en el voto según grupo etario

En el caso particular de los jóvenes (menores de 30 años), la investigación empírica muestra que —en relación con el voto— ellos participan menos, mucho menos, que las personas de más edad (Dassonneville, 2017; Holbein y Hillygus, 2020; Wattenberg, 2010). Para explicar la relación entre edad y participación, hay dos teorías² principales que analizan la mayor abstención electoral de los jóvenes (Plutzer, 2018). La teoría del ciclo de vida, primero, señala que los jóvenes votan menos porque tienen prioridades por encima de la política. En particular, los jóvenes están más enfocados en construir sus carreras y familias. En la medida en que ellos logran estos objetivos, se integran a sus comunidades y comienzan a votar (Carlin y Love, 2015; Milbrath, 1965; Holbein y Hillygus, 2020). Un segundo conjunto de teorías señala que los jóvenes participan menos porque el compromiso político y la exposición a agentes movilizados aumentan con la edad (Carlin y Love, 2015; Carreras y Castañeda-Angarita, 2014; Rosenstone y Hansen, 1993). En otras palabras, porque los jóvenes no han desarrollado todavía el hábito de votar (Dassonneville, 2017; Dinas, 2018; Holbein y Hillygus, 2020; Prior, 2019).

En cuanto al vínculo entre emociones y participación política de la población joven, como indicamos, la investigación sugiere que las emociones tienen un rol más relevante que en el caso de la población de mayor edad. Por ejemplo, el estudio de Valentino *et al.* (2009), que compara la participación entre distintos grupos etarios, muestra que en el caso de los jóvenes el efecto de las emociones es mayor que aquel observado en la población de mayor edad. Esto ocurriría porque los jóvenes tienen menos experiencia en política y no han desarrollado otros mecanismos tradicionales que permitan incentivar su participación (Dassonneville, 2017). Y en ausencia de incentivos o facilitadores de la participación de mediano o largo plazo

² También se ha argumentado (Carlin y Love, 2015; Corvalán y Cox, 2013; Franklin, 2004) que existe un efecto generacional que explica una menor participación en los jóvenes. Esta teoría no se discute aquí, ya que requiere datos longitudinales para su evaluación.

(por ejemplo, identificación partidaria o mayor nivel socioeconómico) las emociones tendrían un mayor impacto en la decisión de votar. En este sentido, lo que la literatura sugiere es que, estando los jóvenes más distantes de los factores “tradicionales” que determinan las conductas políticas de las personas (a diferencia de las personas de mayor edad), las emociones tienen un mayor impacto en su conducta política. Dicho de otra forma, estando los más jóvenes “libres” de esos factores, mayor es la probabilidad de que las emociones afecten sus decisiones en materia de participación electoral.

Con base en lo anterior, planteamos la siguiente hipótesis:

H4. Las emociones, controlando por otros factores, son un determinante más relevante en la probabilidad del voto de los jóvenes en comparación con la población de mayor edad.

Otros determinantes de la participación

De acuerdo con Verba y colaboradores (1995), la participación política está asociada a los recursos de que disponen los individuos, al nivel de compromiso psicológico con la política, y a las redes o contextos sociales en los cuales se encuentran insertos (Schlozman *et al.*, 2018). Los recursos que fomentan la participación son tres: tiempo, dinero y habilidades (Carreras y Castañeda-Angarita, 2014; Schlozman *et al.*, 2018). Es así como se ha mostrado que las personas con mayor nivel de ingreso y mayor nivel educativo, controlando por otros factores, exhiben mayores niveles de participación en elecciones (Rosenstone y Hansen, 1993; Schlozman *et al.*, 2018; Verba *et al.*, 1995). Esto se debería a que aquellos con un nivel socioeconómico mayor (medido por el ingreso y la escolaridad) están mejor informados y desarrollan un mayor interés en la política (Schlozman *et al.*, 2018). De esta forma, lo esperable es que la probabilidad de votar sea mayor cuando el nivel socioeconómico y el nivel educativo aumentan.

El compromiso psicológico con la política, por su parte, ha sido medido fundamentalmente a través de variables como el interés en la política, el nivel de conocimiento político y la identificación partidaria (Almond y Verba, 1963; Campbell *et al.*, 1960; Schlozman *et al.*, 2018). En este sentido, se observa que quienes se identifican con un partido o coalición política, quienes se interesan en la política y quienes tienen un mayor nivel de conocimiento, participarán más en política (Carreras y Castañeda-Angarita, 2014; Galston, 2001; Lewis-Beck *et al.*, 2008; Norris, 2011; Popkin y Dimock, 1999; Schlozman *et al.*, 2018; Prior, 2019).

Finalmente, el modelo clásico de participación señala que esta es más probable cuando las personas han estado expuestas a redes sociales u organizaciones que los reclutan para desarrollar actividad política o que los motivan a participar (Carreras y Castañeda-Angarita, 2014; Schlozman *et al.*, 2018). Se ha observado, por ejemplo,

que las personas más activas en política son aquellas que trabajan y aquellos que pertenecen a organizaciones como los sindicatos, iglesias u otras instancias de acción colectiva (Campbell, 2013; Carlin y Love, 2015; Holbein y Hillygus, 2020; Klesner, 2007; Rosenstone y Hansen, 1993). En consecuencia, debe esperarse que la probabilidad de votar sea mayor entre quienes trabajan, asisten con mayor frecuencia a la iglesia y entre quienes pertenecen a un sindicato. A esto se agrega también que los habitantes de sectores rurales tienden a participar más que aquellos que viven en zonas urbanas (Carlin y Love, 2015).

La elección presidencial chilena de 2017

Las elecciones presidenciales y parlamentarias tuvieron lugar el 17 de noviembre de 2017, mientras la segunda vuelta presidencial se realizó el 17 de diciembre del mismo año.

La elección presidencial estuvo marcada, primero, por el debilitamiento de la capacidad de las coaliciones tradicionales (Chile Vamos y Nueva Mayoría, que dominaron el sistema político desde 1990) de controlar la competencia electoral. Por una parte, en el caso de la coalición de centro-izquierda (Nueva Mayoría), se produjo la emergencia de una nueva coalición que, desde afuera y con un discurso más reformador, comenzaba a amenazar su posición, el Frente Amplio. Por la otra, esta elección vio el surgimiento de una nueva candidatura de derecha, que representaba una visión más conservadora y que amenazaba el predominio de Chile Vamos en la derecha.

En la elección participaron ocho candidatos. La derecha y el centro-derecha, por una parte, estuvieron representados por dos candidaturas, la principal fue la de Sebastián Piñera, candidato de Chile Vamos, coalición que agrupaba a los principales partidos de ese sector: Renovación Nacional (RN) y la Unión Demócrata Independiente (UDI), además del recién creado Evópoli. El segundo candidato fue un ex-parlamentario de la UDI, José Antonio Kast, que decidió desafiar a Piñera por el liderazgo de la derecha. Como se ve en el cuadro 1, si bien no alcanzó a amenazar el primer lugar a Piñera, sí obtuvo un buen porcentaje, demostrando que los partidos del sector no tenían control sobre su potencial electorado.

En relación con los sectores de izquierda y centro-izquierda hubo dos movimientos relevantes. Por un lado, ocurrió la división de la tradicional y exitosa coalición Nueva Mayoría (antes Concertación de Partidos por la Democracia). Así, representando a los Partidos Socialista (PS), Por la Democracia (PPD), Radical Socialdemócrata (PRSD) y Comunista, se presentó el candidato Alejandro Guillier. El partido Demócrata Cristiano (PDC, antes el partido eje de la coalición) resolvió no apoyar a Guillier y levantar a su presidenta, Carolina Goic, como su candidata. Por otro lado, emergió la candidatura del Frente Amplio, una coalición de nuevos partidos de izquierda y también de otros que fueron parte de la Concertación, que

amenazaba con disputar seriamente a la Concertación el dominio del voto progresista. Esto, ya que su discurso tuvo siempre como eje central una fuerte y dura crítica a los gobiernos de la Concertación-Nueva Mayoría entre 1990 y 2010. Su candidata fue Beatriz Sánchez, quien obtuvo 20 por ciento de los votos, muy cerca del candidato Guillier. Nuevamente, esto demostraba la debilidad de los partidos que habían liderado el proceso político hasta ese momento.

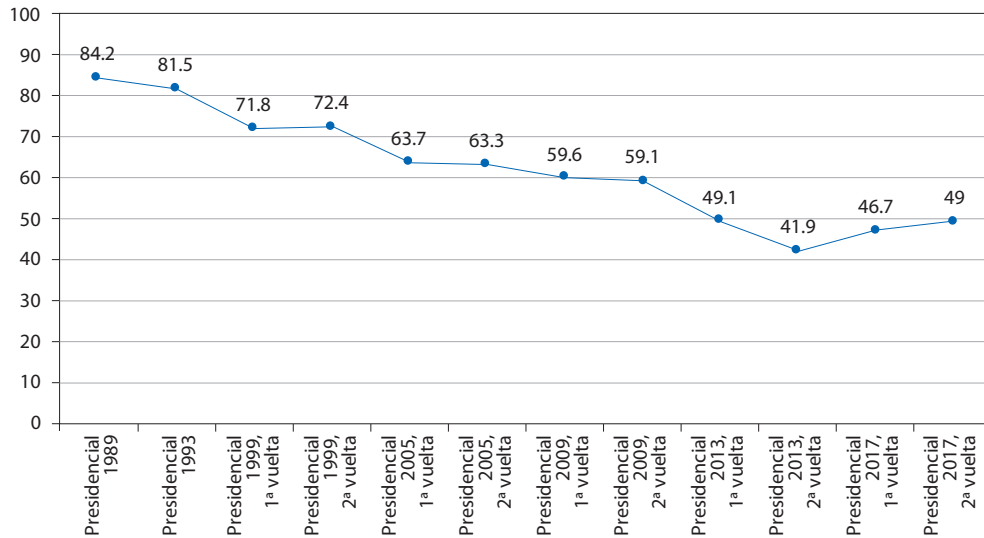
CUADRO 1. Resultados electorales de la elección presidencial 2017, primera vuelta

Candidato/a	Pacto/Tendencia	Votos	Porcentaje
Sebastián Piñera*	Chile Vamos/Centro-derecha	2 418 540	36.6
José A. Kast	Independiente/Derecha	523 375	7.9
Alejandro Guillier*	Nueva Mayoría/Centro-izquierda	1 498 040	22.7
Carolina Goic	PDC/Centro	387 784	5.9
Beatriz Sánchez	Frente Amplio/Izquierda	1 338 037	22.7
Marco Enríquez	Progresista/Izquierda	376 871	5.7
Eduardo Artés	Independiente/Izquierda	33 665	0.5
Alejandro Navarro	MAS/Izquierda	23 698	0.4
Votos nulos y blancos		103 047	1.5
Total de votantes		6 703 327	
Total de votantes habilitados		14 347 288	

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Servel.cl. *Candidatos que pasaron a la segunda vuelta de la elección.

El resultado electoral de la primera vuelta, como anticipaban las encuestas, favoreció ampliamente al candidato de Chile Vamos, quien, aun cuando vio cómo Kast le restó un conjunto de votos importante, aparecía con una mejor opción para ganar en la segunda vuelta. A su vez, el candidato Guillier llegó muy debilitado a la segunda vuelta. Por un lado, porque tuvo una base propia de votos muy baja (obsérvese que sólo superó por cerca de 160 mil votos a la candidata Sánchez). Por otro, porque, dadas las disputas tanto con el Frente Amplio (principal crítico de la Nueva Mayoría) como con el PDC, le era muy difícil sumar todos los votos de los candidatos progresistas para vencer en la segunda vuelta. En definitiva, Piñera ganó la segunda vuelta de la elección, aventajando a Guillier por 54.6 por ciento frente 46.4 por ciento.

Un segundo punto relevante fue que, aun cuando la oferta electoral resultaba bastante amplia, la participación electoral, como había sido la tendencia desde hace dos décadas, continuó bajando (gráfica 1). En efecto, en esta elección estaban habilitados para votar 14 347 288 personas, y sólo lo hicieron 6 703 327, alcanzando así 46.8

GRÁFICA 1. Participación en elecciones presidenciales, Chile, 1989-2017

Fuente: Elaboración propia con datos del Servicio Electoral (Servel). *Nota:* Las cifras de participación corresponden al porcentaje de votos sobre la población en edad de votar (PEV).

por ciento. Esto, a su vez, representó una baja de 12.5 puntos porcentuales respecto de 2009 y de 2.6 respecto de 2013. En la segunda vuelta no varió de manera sustantiva, alcanzando 48.5 por ciento de los votantes habilitados.

En ese sentido, las tendencias de declive en participación se profundizaron en esta elección. Estos resultados, sin embargo, no deben extrañar demasiado si recordamos que estas elecciones se desarrollaron en un momento de bajos niveles de identificación partidaria y de confianza en instituciones políticas (Bargsted y Somma, 2016).

En tercer lugar, cabe hacer algunos comentarios respecto de la elección parlamentaria, en la que correspondía renovar completamente a la Cámara de Diputados (155 miembros) y parcialmente al Senado (23 de 50 miembros). Primero, esta fue la primera vez que se aplicó el nuevo sistema proporcional moderado, el cual sustituyó al sistema binominal, conforme a la reforma electoral de 2015 (Gamboa y Morales, 2016). Asimismo, fue la primera elección en que se aplicó la ley de cuotas establecida por la misma reforma, y que permitió un aumento en la representación femenina en el parlamento (Gamboa y Morales, 2021).

Segundo, los cambios en los actores en competencia que se expresaron en las elecciones presidenciales marcaron también la elección parlamentaria. Si bien en la derecha no hubo ninguna escisión significativa, dentro de la izquierda sí hubo divisiones importantes. Por un lado, la ex Nueva Mayoría se dividió en dos listas (Fuerza de Mayoría y Convergencia Democrática). Por el otro, se levantó con fuerza

el Frente Amplio. Esta división favoreció eventualmente a los partidos de derecha, cuyo pacto obtuvo una importante sobrerrepresentación en la Cámara de Diputados (con 38.7 por ciento de los votos, obtuvo 72 escaños, equivalentes a 46 por ciento). En total, compitieron nueve pactos parlamentarios, que agrupaban en su conjunto a 26 partidos.

Esta elección también tuvo como resultado la profundización de las tendencias de fragmentación y la volatilidad en el sistema de partidos, que se venían observando desde elecciones anteriores. Respecto de la fragmentación, ocurrió que el número efectivo de partidos (NEP), que desde 1990 hasta 2009 se había mantenido entre 5 y 6, aumentó a 6.5 en 2013 y a 7.5 en 2017. Asimismo, la volatilidad (medida según partidos), que había girado en torno a 14 puntos en las elecciones de 2009 y 2013 (y a 10 entre 1990 y 2005), aumentó a 19 puntos en 2017.

Finalmente, en relación con la campaña electoral, esta estuvo concentrada especialmente en la discusión sobre temas específicos de políticas públicas, en particular las reformas introducidas por el saliente gobierno de Bachelet en áreas como la educación e impuestos (Segovia y Gamboa, 2020). Piñera puso especial acento en la necesidad de revertir ciertos cambios y favorecer el crecimiento económico. En este contexto, y como indican Segovia y Gamboa (2020), la apelación a las emociones tuvo también un lugar importante en su campaña. Así, su eslogan principal fue “arriba los corazones... ya vienen tiempos mejores”, lo cual ciertamente es una apelación al optimismo y entusiasmo de los votantes. De la misma manera, Piñera puso acento en realzar símbolos nacionales, a fin de fomentar o apelar al orgullo de los votantes, como lo era el uso extensivo de las banderas chilenas en todos sus actos.³ De la misma manera, como indica San Martín (2018), las emociones fueron un recurso utilizado por distintas campañas, no sólo Piñera. De acuerdo con su estudio, dos puntos centrales son destacables: 1) el entusiasmo fue la emoción a la que más recurrieron los candidatos; 2) Piñera fue el que más apeló al entusiasmo en sus mensajes a los votantes.

Por último, cabe subrayar que la elección se realizó en un contexto de bajos niveles de compromiso con la actividad política en el país y de bajos niveles de asociatividad (Klesner, 2007). Así, por un lado, los niveles de identificación partidaria fueron los más bajos para todas las elecciones desde 1990 (Bargsted y Maldonado, 2018; Bargsted y Somma, 2016). Por la otra, el público chileno mostraba bajos niveles de conocimiento político (Segovia, 2016, 2017). Este contexto de bajos niveles de identificación partidaria y compromiso político, pone en evidencia la necesidad de incorporar otros elementos al análisis que nos permitan explicar la participación en las elecciones, como las emociones.

³ www.sebastianpinera.cl

DATOS Y MÉTODOS

Datos

Para testear nuestras hipótesis sobre la vinculación entre las emociones y la probabilidad de votar, diseñamos e implementamos una encuesta electoral inmediatamente después de la segunda vuelta de la elección presidencial de 2017. Esta encuesta es de representación nacional, considerando a la población mayor de 18 años residente en Chile, incluyendo zonas urbanas y rurales. Se entrevistó a 2000 personas de 18 años y más, en sus hogares, entre el 18 de diciembre de 2017 y el 31 de enero de 2018. El método de selección de la muestra fue probabilístico y proporcional a la población para cada una de las etapas en la que se llevó a cabo. La recolección de datos se realizó a través de la aplicación de entrevistas personales, realizadas cara a cara en los hogares de las personas participantes. El margen de error estimado es de +/- 2.3 por ciento considerando varianza máxima y para 95 por ciento de confianza.⁴

VARIABLES

El cuestionario de la encuesta incluyó preguntas que buscaban medir la participación de los chilenos en la elección de 2017, así como las emociones que los encuestados tuvieron respecto de los candidatos y otras variables asociadas a los determinantes más clásicos de la participación electoral. El cuadro 2 muestra los estadísticos descriptivos de estas variables. A continuación, detallamos la forma de medición

CUADRO 2. Estadísticos descriptivos

	Total de la muestra (N = 1449)	
	Media	Desv. estándar
<i>Participación electoral</i>		
Votó en primera vuelta	0.673	0.469
Votó en segunda vuelta	0.676	0.468
<i>Emociones hacia candidatos</i>		
Miedo	1.464	0.751
Rabia	1.768	0.934
Optimismo	1.522	0.499
<i>Recursos</i>		
Nivel socioeconómico	0.942	0.943

⁴ La implementación y el trabajo de campo del estudio fueron financiados por el proyecto ANID/Fondecyt 1170335.

CUADRO 2. Estadísticos descriptivos (continuación)

	Total de la muestra (N = 1449)	
	Media	Desv. estándar
Educación	12.146	4.073
<i>Movilización y reclutamiento</i>		
Trabaja	0.619	0.486
Asiste a servicios religiosos	2.952	2.187
Sindicato	0.095	0.293
Rural	0.108	0.310
<i>Compromiso psicológico con la política</i>		
Votó en elección de 2013	0.557	0.496
Interés en la política	1.815	0.920
Importancia del voto	4.030	1.216
Conocimiento político	0.704	0.768
Se identifica con Chile Vamos	0.140	0.347
Se identifica con Nueva Mayoría	0.100	0.300
Se identifica con Frente Amplio	0.117	0.322
<i>Variables sociodemográficas</i>		
Sexo	0.492	0.500
Edad	44.340	16.830
Casado	0.496	0.500
Católico	0.546	0.498

Fuente: Encuesta Emociones y Política.

utilizada para la participación electoral (la variable dependiente), las emociones hacia candidatos (las variables independientes) y para las otras variables que afectan la participación electoral y que son incluidas en los modelos estadísticos (recursos, el nivel de compromiso político, movilización y reclutamiento político y variables sociodemográficas).

Participación en elección

La variable dependiente fue medida a través de preguntas de participación en cada una de las dos vueltas de la elección presidencial. Las respuestas a estas preguntas fueron recodificadas y transformadas a variables dicotómicas, donde 1 representa aquellos que fueron a votar en cada una de esas elecciones, y 0 aquellos que señalan que no asistieron. Como se observa en el cuadro 2, los chilenos, al igual que los electores de otros países, sobrerreportan su participación

pasada.⁵ Tal como discuten Philips y Plutzer (2023), una forma de resolver este problema es utilizando medidas validadas de voto, que combinan el autorreporte con datos administrativos de las elecciones (Enamorado e Imai, 2019). Desafortunadamente, este tipo de procedimientos no puede ser utilizado aquí, ya que no existe la posibilidad de acceder a los registros oficiales de votación que permitirían realizar esta validación.

Emociones hacia los candidatos presidenciales

Para medir emociones —nuestra variable independiente—, la investigación se ha basado en el autorreporte de las personas, ya sea en la frecuencia de la experiencia de haber sentido o no alguna emoción frente a alguna persona o acontecimiento o en preguntas asociadas al tipo de emoción experimentada. La clave aquí, como discutimos anteriormente, es que las emociones son *sobre algo*, por lo que la medición se ha centrado en identificar claramente cuál es el objeto o acontecimiento sobre el que se espera una reacción emocional (Philips y Plutzer, 2023).

En este trabajo medimos la frecuencia con que las personas señalan haber sentido rabia, miedo u optimismo hacia cada uno de los ocho candidatos, durante la campaña electoral. Para esto utilizamos las siguientes preguntas:⁶ a) “Durante la campaña, ¿con qué frecuencia diría Ud. que sintió *optimismo* de [Nombre Candidato] por el tipo de persona que es o por algo que ha hecho?” b) “Y, ¿con qué frecuencia diría Ud. que sintió *miedo* de [Nombre Candidato] por el tipo de persona que es o por algo que ha hecho?” c) “Durante la campaña, ¿con qué frecuencia diría Ud. que sintió *rabia* de [Nombre Candidato] por el tipo de persona que es o por algo que ha hecho?” “(1) Nunca, (2) Algunas veces, (3) Casi la mitad del tiempo, (4) La mayoría de las veces, (5) Siempre”. Las respuestas a estas preguntas se promediaron, siempre con la escala original, obteniendo una variable de miedo, otra de rabia y otra de entusiasmo promedio hacia los ocho candidatos. De esta manera, 1 significa que el entrevistado nunca sintió, por ejemplo, rabia y 5 significa que siempre sintió rabia hacia los ocho candidatos.

El análisis de las respuestas a estas preguntas muestra resultados relevantes que nos permiten sostener la validez de la medición. Por una parte, las emociones están asociadas sólo de manera parcial a las preferencias electorales: las personas reportan

⁵ La investigación ha mostrado que el sobrerreporte está asociado fundamentalmente a dos razones. La primera se relaciona con el sesgo de deseabilidad social. La segunda tiene que ver con que las personas se equivocan al reportar su conducta pasada (Carlin y Love, 2015). Más allá de la razón, el potencial problema es que este sobrerreporte introduzca errores sistemáticos en la medición, llevando a resultados sesgados. Este problema se evita si todos los grupos sobrerreportan en tasas similares (Leighley y Nagler, 2014), lo cual se observa en los análisis realizados en este caso.

⁶ Estas preguntas se han utilizado en los estudios del *American National Election Studies* (ANES) desde 1980, para evaluar las emociones hacia los candidatos a la presidencia de Estados Unidos (<https://electionstudies.org>).

una mayor frecuencia de emociones positivas hacia el candidato por el que votaron y una mayor frecuencia de emociones negativas hacia los oponentes. Sin embargo, el voto no determina el reporte de emociones. Tal como se observa en el cuadro 3, las personas reportan haber sentido emociones negativas hacia sus propios candidatos y emociones positivas hacia los oponentes. En otras palabras, las emociones —tanto positivas como negativas— se producen en respuesta hacia las cosas que los candidatos piensan, dicen o hacen durante las campañas, produciendo distintos tipos de reacciones emocionales.

CUADRO 3. Emociones reportadas por los votantes de Piñera y Guillier hacia los distintos candidatos presidenciales (porcentajes)

		Votante Piñera	Votante Guillier	Total de entrevistados
Miedo hacia...	Eduardo Artés	14.8	9.8	12.2
	Marco Enríquez	19.7	14.3	16.1
	Alejandro Navarro	18.7	13.7	15.9
	Beatriz Sánchez	29.4	12.5	19.8
	Alejandro Guillier	40.9	13.9	26.0
	Carolina Goic	19.8	16.8	16.8
	Sebastián Piñera	15.5	46.6	27.4
	José Antonio Kast	16.6	32.5	21.5
Rabia hacia...	Eduardo Artés	23.2	21.8	20.5
	Marco Enríquez	36.4	30.4	30.6
	Alejandro Navarro	35.7	29.6	30.2
	Beatriz Sánchez	42.9	20.0	29.0
	Alejandro Guillier	53.8	22.9	36.3
	Carolina Goic	28.9	32.4	27.7
	Sebastián Piñera	17.3	67.3	38.7
	José Antonio Kast	19.4	52.7	32.1
Optimismo hacia...	Eduardo Artés	3.4	11.0	6.4
	Marco Enríquez	11.8	23.9	16.6
	Alejandro Navarro	4.0	11.1	7.4
	Beatriz Sánchez	20.6	61.1	35.4
	Alejandro Guillier	17.4	74.0	36.6
	Carolina Goic	19.6	29.5	21.2
	Sebastián Piñera	76.7	11.6	38.2
	José Antonio Kast	37.7	7.5	19.2

Fuente: Encuesta Emociones y Política.

CUADRO 4. Emociones hacia los candidatos (porcentajes)

	Optimismo: No		Optimismo: Sí	
	Rabia: No	Rabia: Sí	Rabia: No	Rabia: Sí
Miedo: No	17.9	5.9	14.9	17.2
Miedo: Sí	1.4	3.1	5.2	34.4

Fuente: Encuesta Emociones y Política.

En segundo lugar, las personas reportan haber sentido distintas emociones durante la campaña. Tal como se observa en el cuadro 4, 34 por ciento de los entrevistado reportó haber experimentado las tres emociones aquí consideradas; 26 por ciento reportó haber tenido dos emociones distintas, 22 por ciento sólo 1 de esas emociones y 18 por ciento señala no haber sentido ninguna de estas emociones por ninguno de los candidatos en competencia.

Variables demográficas

Las variables demográficas incluidas son el sexo del entrevistado (1 = hombre), la edad (en años cumplidos), una variable dicotómica que indica aquellos que están casados o en acuerdo de unión civil y viven con sus parejas, y una variable que indica aquellos que se identifican como católicos.

Recursos. Los recursos con los que cuentan los votantes se midieron a través del nivel socioeconómico (NSE) de los encuestados y por el nivel educativo alcanzado. Para medir el NSE, utilizamos una variable que suma la cantidad de bienes o servicios de los que disponen los hogares. Esta variable tiene valores que van de 0 a 3, e incluye el acceso en el hogar a cuenta bancaria, vehículo para uso particular y servicio doméstico. Para medir el nivel educativo, utilizamos la variable que mide el número de años de estudios aprobados por los entrevistados.

Interés y compromiso psicológico con la política. Para medir el nivel de interés y compromiso psicológico con la política utilizamos cuatro variables que han sido estudiadas en la investigación comparada: conocimiento político, identificación partidaria, importancia asignada al voto e interés en la política. Medimos el conocimiento político utilizando tres preguntas: 1) “Por lo que Ud. sabe, ¿cuántos diputados se eligen en su distrito?” 2) “En general, ¿cuántos años dura un diputado en su cargo?” 3) “Actualmente, ¿quién es el ministro de Hacienda?”. Respuestas correctas fueron codificadas como 1, mientras que respuestas incorrectas o aquellos que

dijeron que no sabían fueron codificados como 0. Estas variables fueron usadas para la construcción de un índice aditivo de conocimiento político. Para medir la identificación partidaria, se preguntó a los encuestados “¿Qué coalición política representa mejor sus ideas?”. Tres variables dicotómicas que indican la identificación con Chile Vamos, Nueva Mayoría y Frente Amplio fueron incluidas en los modelos que se reportan más adelante. Para medir interés en la política, se incluyó la siguiente pregunta: “¿Qué tan interesado está Ud. en la política?” Las respuestas van desde 1 “nada interesado” a 4 “muy interesado”. Incluimos también una variable que mide la importancia asignada al voto, donde 1 significa que no tiene importancia y 5 que el voto es muy importante. Finalmente, se incluyó una variable dicotómica que mide la participación en la elección de 2013 y que permite medir la importancia del hábito en el voto.

Movilización política y reclutamiento. Para evaluar el impacto de las redes a las que están expuestos los votantes y su capacidad de movilizar el voto, se incluyeron cuatro variables. La primera es una variable dicotómica que indica aquellos que están trabajando actualmente. La segunda variable indica aquellos que son miembros de algún sindicato de trabajadores. La tercera indica a aquellos individuos que viven en zonas rurales. Finalmente, se incluyó una variable que mide la frecuencia de asistencia a servicios religiosos, donde 1 significa que “nunca asiste” y 8 que asiste “varias veces a la semana”.

RESULTADOS

A continuación, presentamos y discutimos los resultados obtenidos respecto de la relación entre las emociones y la participación electoral de los chilenos. Primero, nos enfocamos en los modelos generales que evalúan a la población total. En segundo lugar, nos centramos en el impacto que las emociones tienen en la participación de los jóvenes.

EMOCIONES Y PARTICIPACIÓN ELECTORAL: RESULTADOS GENERALES

Para evaluar la relación entre las emociones y la participación política, desarrollamos cuatro modelos de regresión logística, para la participación tanto en primera como en segunda vuelta de la elección presidencial, en los que se incluyeron las variables identificadas más arriba. El modelo 1 incluye todas las variables independientes y los modelos 2, 3 y 4 incluyen las interacciones entre edad y cada una de las emociones consideradas.

¿Qué emociones están asociadas a la participación electoral en las elecciones presidenciales chilenas de 2017? Estas emociones, ¿inhiben o aumentan la probabilidad de ir a votar de los chilenos? Los resultados de las regresiones para el modelo 1 se encuentran en el cuadro 5. Para facilitar la interpretación de resultados, la gráfica 2 muestra

CUADRO 5. Resultados regresiones logísticas para el total de la muestra

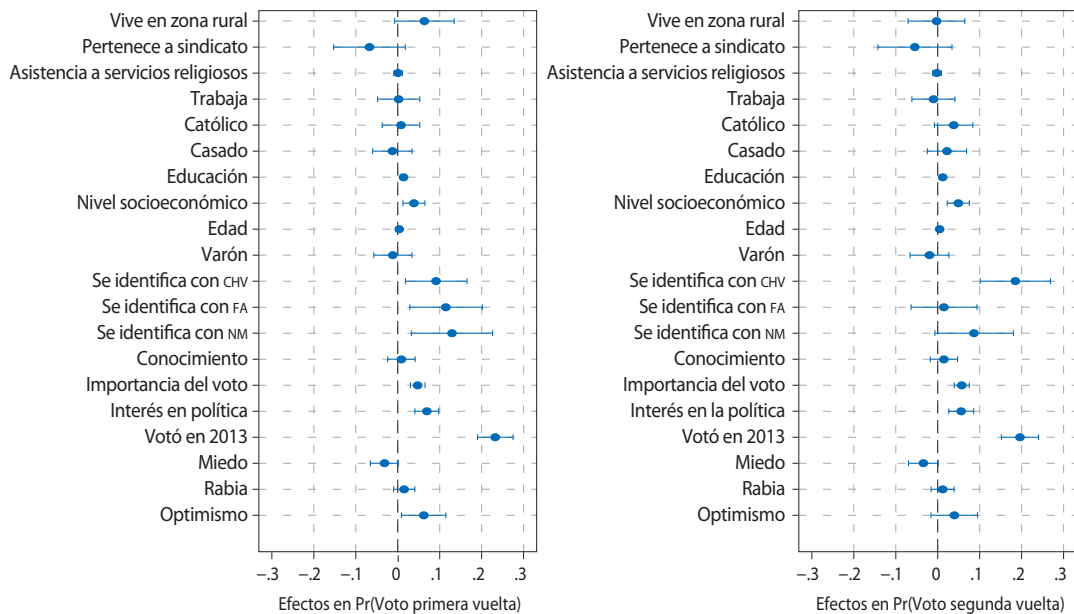
	Primera vuelta				Segunda vuelta			
	M1	M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4
Optimismo	0.391* (0.172)	0.676 (0.385)	0.392* (0.174)	0.395* (0.172)	0.249 (0.165)	0.249 (0.181)	0.311 (0.444)	0.247 (0.180)
Rabia	0.098 (0.082)	0.100 (0.082)	0.102 (0.082)	0.217 (0.210)	0.073 (0.089)	0.076 (0.089)	0.074 (0.089)	0.000 (0.235)
Miedo	-0.202+ (0.108)	-0.205+ (0.107)	-0.482+ (0.265)	-0.206+ (0.107)	-0.218+ (0.060)	-0.428 (0.289)	-0.218+ (0.115)	-0.216+ (0.116)
Optimismo* Edad		-0.007 (0.008)					-0.001 (0.010)	
Miedo*Edad			0.007 (0.005)			0.005 (0.006)		
Rabia*Edad				-0.003 (0.004)				0.002 (0.005)
Votó en 2013	1.474*** (0.160)	1.480*** (0.161)	1.480*** (0.160)	1.469*** (0.160)	1.242*** (0.161)	1.247*** (0.161)	1.243*** (0.161)	1.245*** (0.161)
Interés en la política	0.438*** (0.094)	0.435*** (0.095)	0.444*** (0.095)	0.437*** (0.094)	0.355*** (0.097)	0.361*** (0.097)	0.354*** (0.097)	0.356*** (0.097)
Importancia del voto	0.302*** (0.058)	0.303*** (0.058)	0.301*** (0.058)	0.302*** (0.058)	0.364*** (0.061)	0.362*** (0.061)	0.364*** (0.061)	0.363*** (0.061)
Conocimiento	0.055 (0.106)	0.052 (0.106)	0.056 (0.106)	0.054 (0.106)	0.094 (0.375)	0.095 (0.106)	0.093 (0.106)	0.094 (0.106)
Se identifica con NM	0.819** (0.317)	0.830** (0.315)	0.829** (0.320)	0.820* (0.317)	0.549 (0.304)	0.554 (0.306)	0.552 (0.032)	0.549 (0.304)
Se identifica con FA	0.729** (0.283)	0.723* (0.283)	0.724* (0.284)	0.724* (0.283)	0.096 (0.254)	0.093 (0.255)	0.094 (0.255)	0.100 (0.255)
Se identifica con CHV	0.581* (0.239)	0.586* (0.239)	0.597* (0.242)	0.584* (0.239)	1.172*** (0.277)	1.188*** (0.277)	1.173*** (0.277)	1.172*** (0.277)
Varón	-0.074 (0.147)	-0.070 (0.146)	-0.080 (0.147)	-0.072 (0.147)	-0.125 (0.150)	-0.130 (0.150)	-0.124 (0.150)	-0.126 (0.150)
Edad	0.024*** (0.005)	0.034** (0.013)	0.015 (0.010)	0.029** (0.009)	0.029*** (0.005)	0.021* (0.010)	0.031* (0.015)	0.026** (0.086)
Nivel socio- económico	0.245** (0.086)	0.241** (0.086)	0.247** (0.086)	0.244** (0.086)	0.310*** (0.086)	0.313*** (0.086)	0.309*** (0.086)	0.310*** (0.086)
Educación	0.089*** (0.022)	0.090*** (0.023)	0.087*** (0.023)	0.090*** (0.023)	0.075** (0.022)	0.074** (0.022)	0.075** (0.022)	0.074** (0.022)
Casado	-0.082 (0.152)	-0.081 (0.152)	-0.075 (0.152)	-0.082 (0.152)	0.140 (0.151)	0.143 (0.151)	0.140 (0.151)	0.139 (0.151)
Católico	0.048 (0.145)	0.047 (0.145)	0.045 (0.145)	0.046 (0.145)	0.240 (0.149)	0.238 (0.149)	0.240 (0.149)	0.241 (0.149)
Trabaja	0.015 (0.162)	0.018 (0.162)	0.010 (0.162)	0.018 (0.163)	-0.065 (0.166)	-0.067 (0.166)	-0.064 (0.166)	-0.068 (0.166)

CUADRO 5. Resultados regresiones logísticas para el total de la muestra (continuación)

	Primera vuelta				Segunda vuelta			
	M1	M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4
Asiste a servicios religiosos	0.005 (0.032)	0.004 (0.032)	0.006 (0.032)	0.005 (0.032)	-0.011 (0.034)	-0.010 (0.034)	-0.011 (0.034)	-0.011 (0.034)
Pertenece a sindicato	-0.427 (0.277)	-0.430 (0.277)	-0.424 (0.277)	-0.431 (0.277)	-0.344 (0.286)	-0.342 (0.287)	-0.344 (0.286)	-0.342 (0.285)
Vive en zona rural	0.403 (0.230)	0.408 (0.230)	0.383 (0.231)	0.408 (0.231)	-0.019 (0.218)	-0.034 (0.218)	-0.018 (0.218)	-0.022 (0.218)
Constante	-4.919*** (0.550)	-5.351*** (0.767)	-4.508*** (0.662)	-5.130*** (0.670)	-4.757*** (0.543)	-4.445*** (0.653)	-4.850*** (0.794)	-4.628*** (0.670)
N	1.449	1.449	1.449	1.449	1.449	1.449	1.449	1.449
Wald Chi ²	246.06***	248.84***	247.30***	247.02***	269.94***	268.47***	272.84***	270.17***
Pseudo R ²	0.241	0.241	0.242	0.241	0.237	0.237	0.237	0.237

Fuente: Encuesta Emociones y Política. + $p < 0.1$; * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$.

GRÁFICA 2. Efectos de variables de nivel individual en la participación electoral (total de la muestra)



Fuente: Encuesta Emociones y Política. Nota: Intervalos de confianza al 95 por ciento.

el cambio en la probabilidad de votar cuando el valor de las variables independientes cambia desde el mínimo al máximo, manteniendo las otras variables constantes en sus medias. A la izquierda, los resultados para el voto de primera vuelta y a la derecha los resultados para el voto de segunda vuelta.

Los resultados relativos a la relación entre emociones y el voto son dos. Primero, para cada una de las emociones testeadas, las relaciones entre ellas y la probabilidad de votar van en la dirección hipotetizada anteriormente. En efecto, tanto en primera como en segunda vuelta, la rabia y el optimismo tienen coeficientes positivos sugiriendo un aumento en la probabilidad del voto cuando están presentes. El miedo, por su parte, aparece asociado a una disminución de la probabilidad de votar, tal como esperábamos.

Segundo, en el caso de la rabia, pese a que la relación va en la dirección esperada, esta no es estadísticamente significativa en los datos estimados para el total de la muestra. El optimismo hacia los candidatos, por su parte, aumenta de manera estadísticamente significativa la probabilidad de votar en primera vuelta, en 8 puntos porcentuales, pero no en la segunda vuelta. El miedo hacia los candidatos tiene un efecto estadísticamente significativo ($p < 0.1$) en la probabilidad de votar tanto en primera como en segunda vuelta. En efecto, en este estudio el miedo disminuye la probabilidad del voto, manteniendo las otras variables constantes, en 4 puntos porcentuales, tanto en primera como en segunda vuelta, respectivamente. El miedo y el optimismo, entonces, aparecen como las emociones más relevantes para explicar la participación política de los chilenos.

Consideremos ahora el modelo clásico de los determinantes de la participación. Respecto de los recursos, los resultados obtenidos muestran un efecto estadísticamente significativo del nivel educacional (en años de estudios), indicando que a mayor educación mayor es la probabilidad de ir a votar, tanto en primera como en segunda vuelta. El nivel socioeconómico, por su parte, también resulta ser un factor determinante para la probabilidad de participar, tal como era esperado.

Las variables utilizadas para medir el nivel de interés y compromiso político son todas estadísticamente significativas, a excepción del conocimiento político, y sus efectos van en la dirección esperada. En efecto, tener mayor interés en la política, creer que el voto es importante e identificarse con alguna coalición política aumentan la probabilidad de ir a votar tanto en primera como en segunda vuelta. Haber votado en la elección presidencial de 2013 presenta también un efecto positivo y significativo, mostrando la importancia que tiene el hábito en este tipo de participación política.

Identificarse con un pacto político (algo cada vez menos frecuente en Chile) es un predictor relevante de la participación en elecciones. En particular, los resultados muestran que la mayor probabilidad de votar en primera vuelta se da entre aquellos que se identifican con la Nueva Mayoría, seguidos por los identificados con el Frente Amplio. En segunda vuelta, en cambio, es la identificación con Chile Vamos la que

tiene un mayor impacto en la probabilidad de votar, seguido por quienes se identifican con la Nueva Mayoría. En otras palabras, la identificación con pactos electorales moviliza a los votantes cuando hay candidatos que los representan.

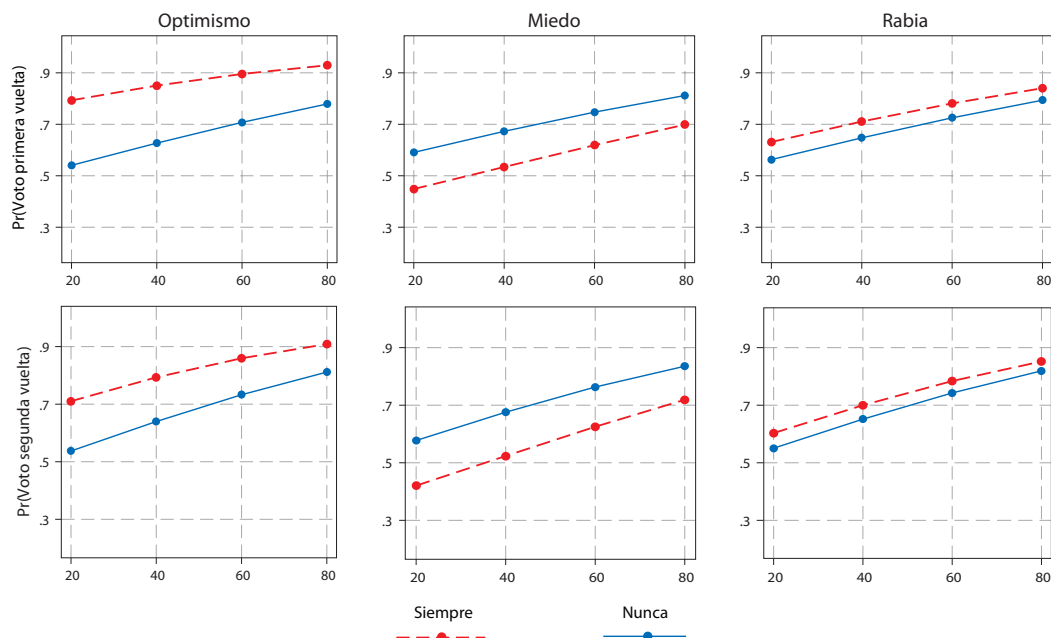
Respecto de las redes de movilización a las que se exponen los individuos, los resultados muestran que, al menos para las variables consideradas, estas no son factores relevantes para explicar el voto. Trabajar o ser parte de un sindicato, o asistir frecuentemente a servicios religiosos no aumenta la probabilidad de votar. Lo que sí es relevante, pero sólo en el caso de la primera vuelta, es habitar en sectores rurales.

En relación con las variables demográficas, la edad de las personas es, como esperábamos, un factor importante de la participación. Los resultados de la segunda vuelta muestran que los católicos, en comparación con otras religiones y con quienes no se identifican con ninguna de ellas, tienen una mayor probabilidad de votar, aunque los efectos son pequeños.

El impacto de las emociones en la participación electoral de los jóvenes

¿Cómo interactúan los efectos de las emociones sostenidas hacia los candidatos con la edad de los electores? Como hemos señalado, esperamos que las emociones tengan una asociación mayor con la participación en aquellos grupos de menor edad (H4). Los resultados de las interacciones entre la edad y las emociones se muestran en los modelos 2, 3 y 4 del cuadro 5 y la gráfica 3.

GRÁFICA 3. Efectos marginales de la edad y las emociones en el voto



Fuente: Encuesta Emociones y Política.

Estos resultados indican, primero, que la rabia no tiene mayor relación con la probabilidad del voto, mostrando la misma tendencia que en la población general, en contraste con lo que ocurre con el miedo y el optimismo. En el caso de los jóvenes, la evidencia indica que efectivamente existe una asociación mayor entre estas emociones y su probabilidad de votar. El miedo, por un lado, actúa como un inhibidor del voto, mientras que el optimismo hacia los candidatos, por el otro, se transforma en un impulsor o motivador de la participación electoral. En ambos casos, sus efectos son más pronunciados entre los más jóvenes.

Como un test adicional de la relación entre las emociones y la probabilidad de votar entre los más jóvenes, estimamos el impacto de los distintos factores en el voto, comparando a los electores de 18 a 29 años de edad con aquellos de 30 y más años (cuadro 6). Los resultados muestran que, para aquellos mayores de 30 años, las variables con un efecto estadísticamente significativo en el voto son la edad, el nivel educativo y las variables que miden el compromiso psicológico con la política, para el caso de ambas elecciones (primera y segunda vuelta). En este grupo, las emociones no producen efectos estadísticamente significativos en la probabilidad del voto entre los mayores de 30 años.

CUADRO 6. Resultados de regresiones logísticas por grupo de edad

	30 años y más		18-29 años	
	Primera vuelta	Segunda vuelta	Primera vuelta	Segunda vuelta
Optimismo	0.251 (0.208)	0.175 (0.218)	0.961** (0.339)	0.417 (0.342)
Miedo	-0.011 (0.124)	-0.079 (0.134)	-0.749** (0.261)	-0.518* (0.256)
Rabia	0.061 (0.094)	0.118 (0.104)	0.230 (0.181)	-0.028 (0.186)
Votó en 2013	1.623*** (0.174)	1.436*** (0.183)	0.985* (0.383)	0.823* (0.344)
Interés en la política	0.374** (0.116)	0.380** (0.123)	0.637*** (0.168)	0.301 (0.163)
Importancia del voto	0.293*** (0.063)	0.373*** (0.069)	0.261 (0.144)	0.317* (0.135)
Conocimiento político	0.125 (0.126)	0.147 (0.128)	-0.102 (0.205)	-0.002 (0.196)
Se identifica con Nueva Mayoría	0.884* (0.354)	0.434 (0.322)	1.006 (0.721)	1.027 (0.732)
Se identifica con Frente Amplio	0.218 (0.350)	-0.282 (0.323)	1.223** (0.468)	0.621 (0.374)
Se identifica con Chile Vamos	0.612* (0.308)	1.064** (0.356)	1.052* (0.418)	1.698*** (0.481)

CUADRO 6. Resultados de regresiones logísticas por grupo de edad (continuación)

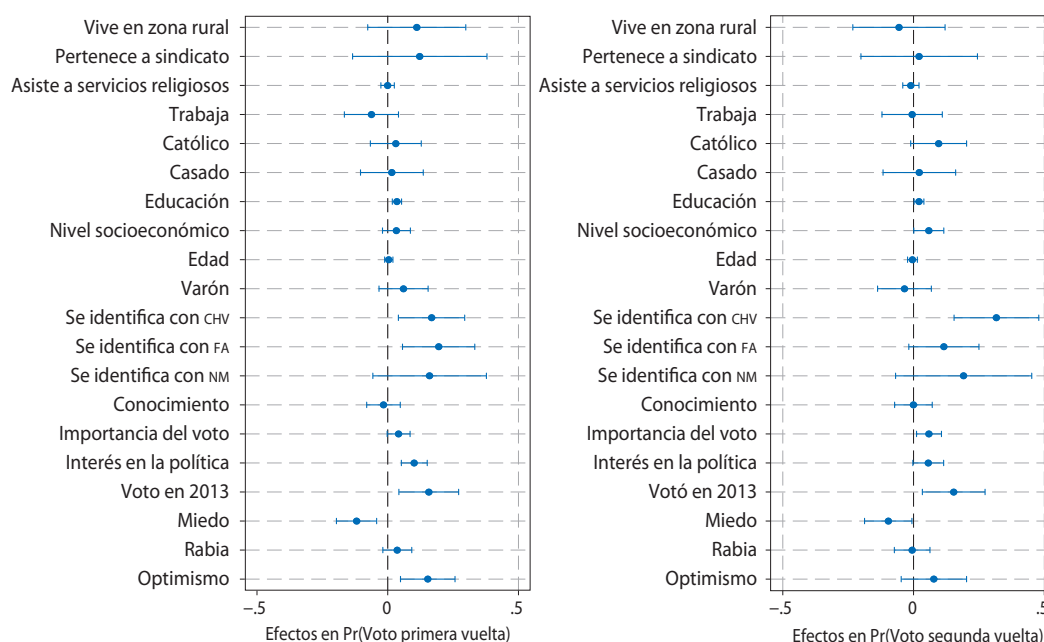
	30 años y más		18-29 años	
	Primera vuelta	Segunda vuelta	Primera vuelta	Segunda vuelta
Sexo	-0.268 (0.179)	-0.141 (0.184)	0.380 (0.306)	-0.186 (0.281)
Edad	0.020** (0.008)	0.030*** (0.008)	0.025 (0.051)	-0.022 (0.051)
Nivel socioeconómico	0.265** (0.102)	0.344** (0.104)	0.209 (0.172)	0.313 (0.160)
Educación	0.060* (0.024)	0.070** (0.025)	0.221*** (0.062)	0.112* (0.052)
Casado	-0.014 (0.174)	0.225 (0.178)	0.100 (0.384)	0.119 (0.380)
Católico	-0.067 (0.168)	0.107 (0.176)	0.194 (0.310)	0.514 (0.297)
Trabaja	0.251 (0.213)	0.006 (0.218)	-0.392 (0.334)	-0.028 (0.315)
Asiste a servicios religiosos	0.003 (0.036)	-0.006 (0.038)	-0.003 (0.082)	-0.054 (0.084)
Sindicato	-0.715* (0.294)	-0.523 (0.320)	0.769 (0.835)	0.116 (0.609)
Rural	0.264 (0.266)	-0.012 (0.250)	0.697 (0.607)	-0.298 (0.483)
Constante	-4.351*** (0.689)	-5.145*** (0.720)	-7.331*** (1.616)	-3.420** (1.321)
N	1.119	1.119	330	330
Wald Chi ²	185.91***	193.68***	79.92***	66.56***
Pseudo R ²	0.230	0.243	0.297	0.199

Fuente: Encuesta Emociones y Política. * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$.

En el caso de los jóvenes entre 18 y 29 años de edad, los resultados muestran un patrón diferente al observado entre los mayores de 30, dando sustento así a nuestra hipótesis (H4). La gráfica 4 muestra el efecto en la probabilidad del voto de las distintas variables consideradas en este estudio, manteniendo los valores de las otras constantes en sus medias, para los jóvenes de entre 18 y 29 años.

En este grupo, el miedo hacia los candidatos disminuye la probabilidad del voto en 12 y 9 puntos porcentuales en primera vuelta y en segunda vuelta, respectivamente. Entre los jóvenes, por lo tanto, el impacto del miedo casi triplica el efecto observado en el total de la muestra.

En segundo lugar, destaca que el optimismo aparece como una emoción con un

GRÁFICA 4. Efectos de variables de nivel individual en la participación electoral (submuestra: jóvenes 18-29 años)

Fuente: Encuesta Emociones y Política. Nota: Intervalos de confianza de 95 por ciento.

importante efecto movilizador de la participación en la primera vuelta electoral entre los jóvenes. En efecto, el optimismo hacia los candidatos aumenta la probabilidad del voto en segunda vuelta, *ceteris paribus*, en 16 puntos porcentuales. En síntesis, las emociones tienen un rol relevante en la decisión de participar en las elecciones, sobre todo en el grupo de electores más jóvenes. Y las emociones pueden tanto inhibir la participación (miedo), como incentivarla (optimismo).

¿Por qué las emociones desempeñan un papel más importante en la conducta de los jóvenes que entre las personas de mayor edad? La investigación aquí reportada no nos permite testear de manera adecuada los mecanismos causales detrás de este fenómeno, pero sí nos permite evaluar provisionalmente algunas alternativas.

Como señalábamos en la discusión teórica, se ha planteado que las emociones serán más relevantes para los jóvenes porque ellos exhiben menor nivel de recursos, de redes de movilización y de compromiso y actitudes políticas que los involucran y comprometen con la actividad política. Ese “vacío” sería llenado por las emociones experimentadas durante las campañas. El cuadro 7 presenta las diferencias observadas en las variables del “modelo clásico” de participación entre el grupo de jóvenes y aquellos mayores de 30 años.

CUADRO 7. Variables del “modelo clásico” de participación electoral (comparación entre personas de 18-29 años con personas mayores de 30 años)

	18-29 años (a) (n=330)		30 años y más (b) (n=1119)		Diferencia (a-b)
	Promedio	Desviación estándar	Promedio	Desviación estándar	
Votó en 2013	0.28	0.45	0.65	0.48	-0.37***
Interés en política	2.00	0.93	1.76	0.91	0.24***
Conocimiento	0.62	0.75	0.73	0.77	-0.11*
Importancia del voto	4.04	1.19	4.03	1.25	0.01
Se identifica con NM	0.07	0.25	0.11	0.31	-0.04*
Se identifica con FA	0.19	0.39	0.09	0.29	0.10***
Se identifica con CHV	0.16	0.36	0.13	0.34	0.03
Educación	13.40	2.97	11.73	4.30	1.67***
NSE	0.91	0.93	0.95	0.95	-0.04
Trabaja	0.59	0.49	0.63	0.48	-0.04
Casado	0.21	0.41	0.59	0.49	-0.38***
Católico	0.47	0.50	0.57	0.49	-0.10
Sindicato	0.08	0.27	0.10	0.30	-0.02**
Rural	0.08	0.27	0.12	0.32	-0.04*
Asiste a servicios religiosos	2.41	1.95	3.13	2.23	-0.72***

Fuente: Encuesta Emociones y Política. * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$.

Los datos muestran resultados mixtos. Los jóvenes presentan déficits —comparados con los mayores de 30 años— en conocimiento político y en las variables asociadas a redes que aumentan la participación. Al mismo tiempo, sin embargo, reportan mayor interés en la política y niveles educativos, en promedio, superiores a los de las personas de más edad. Haber votado en la elección de 2013 —nuestro indicador para el hábito de votar— muestra también diferencias significativas y sustantivas entre ambos grupos. Mientras que para los mayores de 30 años se reporta una participación en la elección previa de 65 por ciento, para los jóvenes menores de 30, ese porcentaje disminuye a 28 por ciento.

Ente los jóvenes, entonces, no se ha formado el hábito de votar, o lo ha hecho en menor medida, y tampoco se han creado los compromisos políticos necesarios para incentivar una mayor participación. Las emociones, por su parte, no requieren para experimentarlas haber votado anteriormente o tener niveles de conocimiento y compromiso altos. Esto se debe a que ocurren como respuestas espontáneas a estímulos durante la campaña. Esas emociones pueden, por lo tanto, frente a la falta de experiencia, proveer los incentivos o motivaciones necesarios para ir a votar o para quedarse en sus casas el día de la elección.

CONCLUSIONES

En este trabajo analizamos la importancia que tienen las emociones en una de las conductas políticas más importantes para el funcionamiento de las democracias: el voto. Investigación reciente muestra que los procesos electorales en general y los candidatos en particular generan emociones en los votantes, y que estas emociones pueden incentivar o inhibir la decisión de participar.

En este artículo abordamos la pregunta de cuál es la relación entre las emociones y la decisión de participar. En particular, nos concentramos en tres: miedo, optimismo y rabia. Además, consideramos si estas relaciones son similares entre distintos grupos etarios, concentrándonos en la importancia de las emociones en la decisión de participar de los electores más jóvenes. Analizamos estas relaciones para el caso de la elección presidencial de 2017 en Chile.

Los resultados obtenidos se resumen de la siguiente manera. Primero, encontramos evidencia de que las emociones están asociadas a la decisión de participar. En efecto, para el caso chileno, ocurre que si bien las variables tradicionales explican parte del problema (en particular las que miden el interés y la identificación partidaria), las emociones hacia los candidatos también lo hacen. La emoción que parece tener mayor relevancia en general es el miedo, el cual se asocia a una menor probabilidad de votar. También encontramos evidencia de que el optimismo se vincula con una mayor participación. La rabia, en cambio, no aparece como una emoción relevante para entender el voto de los chilenos. Esto sugiere que las emociones que están orientadas hacia el futuro son aquellas que se relacionan de manera más importante con la participación electoral.


Segundo, el trabajo entrega evidencia muy sugerente sobre el distinto efecto de las emociones según grupos etarios, en particular entre los electores menores de 30 años y los demás. Por una parte, se muestra que el efecto de las emociones es comparativamente mayor entre los más jóvenes (18-29 años) que entre aquellos de mayor edad. Por la otra, las emociones, junto con la identificación partidaria y el nivel educativo, son las únicas variables que muestran ser relevantes en el voto de los jóvenes. Esto es, sin duda, un hallazgo muy significativo, ya que provee apoyo a la hipótesis de que cuando los factores tradicionales asociados a la decisión de votar tienen menor presencia, las emociones tienen un rol mayor para explicar la participación.

¿Por qué las emociones son factores relevantes para entender la participación electoral de los más jóvenes? Sugerimos que esto puede estar asociado a la falta de experiencia previa en el voto, a que el hábito de votar no ha sido desarrollado. Las emociones pueden suplir esa falta de hábito al proveer de los impulsos a actuar que lleven a las personas a decidir participar en las elecciones.

Estos resultados son importantes por varias razones. Primero, porque muestran que factores de corto plazo, que están asociados a las características que adoptan

campañas y actores políticos, pueden motivar la acción. Frente a electorados cada vez menos interesados en la política, donde la identificación partidaria ha declinado y las redes sociales en que están insertos los individuos no promueven la participación política, factores de corto plazo pueden adquirir una importancia mayor. Esto, a su vez, entrega elementos interesantes a considerar para aquellos que buscan aumentar la participación de las personas.

Segundo, porque la diferencia encontrada entre las distintas emociones en sus efectos en el voto muestra que lo importante no es simplemente generar emociones entre los votantes, sino generar las emociones “correctas” para que motiven la participación (o la inhiban, si eso es lo que se desea). Los resultados reportados en este artículo muestran que el miedo y el optimismo son emociones que impactan en la decisión del voto. ¿Indican estos resultados que sólo estas emociones son determinantes de la conducta electoral? No necesariamente. Es posible que distintas emociones cobren mayor relevancia en otras elecciones. Dado que cada elección presenta características únicas asociadas al proceso político que las acompaña, es posible que otros procesos electorales incentiven o limiten el impacto que algunas emociones en particular pueden tener. En este sentido, es necesario que la investigación futura examine el efecto de una mayor cantidad y variedad de emociones sobre la participación electoral, a fin de evaluar la constancia de los efectos de las emociones en el tiempo.

Tercero, que las emociones tengan efectos de corto plazo implica que el proceso de motivar o producir esas emociones debe ser constante si lo que se busca es mantener la participación en un mismo nivel. En este sentido es interesante el papel prioritario que tienen el miedo y el optimismo. Ambas emociones son una respuesta a la incertidumbre futura, y las elecciones se juegan, en gran parte, respecto de cuáles son las propuestas para el futuro gobierno. Por último, es importante considerar —y para esto también es relevante más investigación— si las emociones tienen siempre el mismo efecto, o si una emoción puede, por ejemplo, inhibir la participación en una elección y motivarla en otra. 

REFERENCIAS

- Albertson, B. y S.K. Gadarian (2015), *Anxious Politics: Democratic Citizenship in a Threatening World*, Nueva York, Cambridge University Press.
- Almond, G. y S. Verba (1963), *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*, Londres, SAGE.
- Bargsted, M.A. y L. Maldonado (2018), “Party Identification in an Encapsulated Party System: The Case of Postauthoritarian Chile”, *Journal of Politics in Latin America*, 10(1), pp. 29-68, DOI: <https://doi.org/10.1177/1866802X1801000102>.
- Bargsted, M.A. y N.M. Somma (2016), “Social Cleavages and Political Dealignment in Contemporary Chile, 1995-2009”, *Party Politics*, 22(1), pp. 105-124, DOI: <https://doi.org/10.1177/1354068813514865>.

- Brader, T. (2005), “Striking a Responsive Chord: How Political Ads Motivate and Persuade Voters by Appealing to Emotions”, *American Journal of Political Science*, 49(2), pp. 388-405, DOI: <https://doi.org/10.1111/j.0092-5853.2005.00130.x>.
- Brader, T. (2006), *Campaigning for Hearts and Minds. How Emotional Appeals in Political Ads Work*, Chicago, University of Chicago Press.
- Brader, T. y C. Wayne (2016), “The Emotional Foundations of Democratic Citizenship”, A. Berinsky (ed.), *New Directions in Public Opinion*, 2a. ed., Nueva York, Routledge.
- Campbell, A., P.E. Converse, W.E. Miller y D.E. Stokes (1960), *The American Voter*, Chicago, The University of Chicago Press.
- Campbell, D.E. (2013), “Social Networks and Political Participation”, *Annual Review of Political Science*, 16(1), pp. 33-48, DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-033011-201728>.
- Cancela, J. y B. Geys (2016), “Explaining Voter Turnout: A Meta-Analysis of National and Subnational Elections”, *Electoral Studies*, 42, pp. 264-275, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2016.03.005>.
- Capelos, T. (2013), “Understanding Anxiety and Aversion: The Origins and Consequences of Affectivity in Political Campaigns”, en N. Demertzis (ed.), *Emotions in Politics: The Affect Dimension in Political Tension*, Nueva York, Palgrave Macmillan.
- Carlin, R.E. y G.J. Love (2015), “Who is the Latin American Voter?” en R.E. Carlin, M.M. Singer y E.J. Zechmeister (eds.), *The Latin American Voter: Pursuing Representation and Accountability in Challenging Contexts*, Ann Arbor, The University of Michigan Press.
- Carreras, M. y N. Castañeda-Angarita (2014), “Who Votes in Latin America? A Test of Three Theoretical Perspectives”, *Comparative Political Studies*, 47(8), pp. 1079-1104, DOI: <https://doi.org/10.1177/0010414013488558>.
- Corvalán, A. y P. Cox (2013), “Class-Biased Electoral Participation: The Youth Vote in Chile”, *Latin American Politics and Society*, 55(3), pp. 4768, DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1548-2456.2013.00202.x>.
- Dassonneville, R. (2017), “Age and Voting”, en K. Arzheimer, J. Evans y M.S. Lewis-Beck (eds.), *The Sage Handbook of Electoral Behaviour*, Thousand Oaks, SAGE.
- Demertzis, N. (2013), “Introduction: Theorizing the Emotion-Politics Nexus”, en N. Demertzis (ed.), *Emotions in Politics: The Affect Dimension in Political Tension*, Nueva York, Palgrave Macmillan.
- Denny, K. y O. Doyle (2008), “Cognitive Ability and Personality: Determinants of Voter Turnout in Britain”, *British Journal of Political Science*, 38(2), pp. 291-310.
- Dinas, E. (2018), “The Acquisition of Voting Habits”, en J. Fisher, E. Fieldhouse, M.N. Franklin, R. Gibson, M. Cantijoch y C. Wlezien (eds.), *The Routledge Handbook of Elections, Voting Behavior and Public Opinion*, Londres, Routledge.
- Enamorado, T. y K. Imai (2019), “Validating Self-Reported Turnout by Linking Public Opinion Surveys with Administrative Records”, *Public Opinion Quarterly*, 83(4), pp. 723-748.
- Fornos, C.A., T.J. Power y J.C. Garand (2004), “Explaining Voter Turnout in Latin America, 1980 to 2000”, *Comparative Political Studies*, 37(8), pp. 909-940, DOI: <https://doi.org/10.1177/0010414004267981>.
- Franklin, M.N. (2004), *Voter Turnout and the Dynamics of Electoral Competition in Established Democracies since 1945*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Galston, W.A. (2001), “Political Knowledge, Political Engagement, and Civic Education”,

- Annual Review of Political Science*, 4, pp. 217-234, DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.4.1.217>.
- Gamboa, R. y M. Morales (2016), “Chile’s 2015 Electoral Reform: Changing the Rules of the Game”, *Latin American Politics and Society*, 58(4), pp. 126-144, DOI: <https://doi.org/10.1111/laps.12005>.
- Gamboa, R. y M. Morales (2021), “Candidate Gender Quotas and Campaign Spending in Open-list Proportional Representation Systems: The case of Chile”, *Journal of Women, Politics and Policy*, 42(3), pp. 260-271.
- Gerber, A.S., G.A. Huber, D. Doherty y C.M. Dowling (2011), “The Big Five Personality Traits in the Political Arena”, *Annual Review of Political Science*, 14, pp. 265-287.
- Geys, B. (2006), “Explaining Voter Turnout: A Review of Aggregate-level Research”, *Electoral Studies*, 25(4), pp. 637-663, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2005.09.002>.
- Holbein, J.B. y D.S. Hillygus (2020), *Making Young Voters: Converting Civic Attitudes into Civic Action*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Huddy, L., S. Feldman y E. Cassese (2007), “On the Distinct Political Effects of Anxiety and Anger”, en W.R. Neuman, G.E. Marcus, A.N. Crigler y M. Mackuen (eds.), *The Affect Effect: Dynamics of Emotion in Political Thinking and Behavior*, Chicago, The University of Chicago Press.
- Jenkins, L. (2018), “Why Do All Our Feelings about Politics Matter? *British Journal of Politics & International Relations*, 20(1), pp. 191-205.
- Just, M.R., A.N. Crigler y T.L. Belt (2007), “Don’t Give Up Hope: Emotions, Candidate Appraisals, and Votes”, en W.R. Neuman, G.E. Marcus, A.N. Crigler y M. Mackuen (eds.), *The Affect Effect: Dynamics of Emotion in Political Thinking and Behavior*, Chicago, The University of Chicago Press.
- Klesner, J.L. (2007), “Social Capital and Political Participation in Latin America: Evidence from Argentina, Chile, Mexico, and Peru”, *Latin American Research Review*, 42(2), pp. 1-32, DOI: <https://doi.org/10.1353/lar.2007.0022>.
- Ladd, J.M. y G.S. Lenz (2008), “Reassessing the Role of Anxiety in Vote Choice”, *Political Psychology*, 29(2), pp. 275-296, DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2008.00626.x>.
- Leighley, J.E. y J. Nagler (2014), *Who Votes Now? Demographics, Issues, Inequality, and Turnout in the United States*, Princeton, Princeton University Press.
- Lerner, J.S., Y. Li, P. Valdesolo y K.S. Kassam (2015), “Emotion and Decision Making”, *Annual Review of Psychology*, 66(1), pp. 799-823, DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010213-115043>.
- Lewis-Beck, M.S., W.G. Jacoby, H. Norpoth y H.F. Weisberg (2008), *The American Voter Revisited*, Ann Arbor, The University of Michigan Press.
- Marcus, G.E. (2013), “The Theory of Affective Intelligence and Liberal Politics”, en N. Demertzis (ed.), *Emotions in Politics: The Affect Dimension in Political Tension*, Nueva York, Palgrave Macmillan.
- Marcus, G.E. y M.B. MacKuen (1993), “Anxiety, Enthusiasm, and the Vote: The Emotional Underpinnings of Learning and Involvement During Presidential Campaigns”, *American Political Science Review*, 87(3), pp. 672-685, DOI: <https://doi.org/10.2307/2938743>.
- Marcus, G.E., W.R. Neuman y M.B. MacKuen (2000), *Affective Intelligence and Political Judgment*, Chicago, The University of Chicago Press.
- Milbrath, L. (1965), *Political Participation*, Chicago, Rand McNally.

- Mondak, J.J. (2010), *Personality and the Foundations of Political Behavior*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Neuman, W.R., G.E. Marcus, A.N. Crigler y M.B. MacKuen (2007), “Theorizing Affect’s Effects”, en W.R. Neuman, G.E. Marcus, A.N. Crigler y M. Mackuen (eds.), *The Affect Effect: Dynamics of Emotion in Political Thinking and Behavior*, Chicago, The University of Chicago Press.
- Norris, P. (2011), *Democratic Deficit: Critical Citizens Revisited*, Nueva York, Cambridge University Press.
- Pérez-Liñan, A. (2001), “Neoinstitutional Accounts of Voter Turnout: Moving Beyond Industrial Democracies”, *Electoral Studies*, 20(2), pp. 281-297, DOI: [https://doi.org/10.1016/S0261-3794\(00\)00019-6](https://doi.org/10.1016/S0261-3794(00)00019-6).
- Philips, J.S. y E. Plutzer (2023), “Reassessing the Effects of Emotions and Turnout”, *The Journal of Politics*, 85(3), pp. 1094-1106.
- Phoenix, D.L. (2020), *The Anger Gap: How Race Shapes Emotion in Politics*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Plutzer, E. (2018), “Demographics and the Social Bases of Voter Turnout”, en J. Fisher, E. Fieldhouse, M.N. Franklin, R. Gibson, M. Cantijoch y C. Wlezien (eds.), *The Routledge Handbook of Elections, Voting Behavior and Public Opinion*, Londres, Routledge.
- Popkin, S.L. y M. Dimock (1999), “Political Knowledge and Citizen Competence”, en S.L. Elkin y K.E. Soltan (eds.), *Citizen Competence and Democratic Institutions*, University Park, Pennsylvania State University Press.
- Prior, M. (2019), *Hooked: How Politics Captures People’s Interest*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Rico, G., M. Guinigan y E. Anduiza (2017), “The Emotional Underpinnings of Populism: How Anger and Fear Affect Populist Attitudes”, *Swiss Political Science Review*, 23(4), pp. 444-461.
- Rosenstone, S.J. y J.M. Hansen (1993), *Mobilization, Participation, and Democracy in America*, Nueva York, Macmillan.
- Rudolph, T.J., A. Gangl y D. Stevens (2000), “The Effects of Efficacy and Emotions on Campaign Involvement”, *Journal of Politics*, 62(4), pp. 1189-1197, DOI: <https://doi.org/10.1111/0022-3816.00053>.
- San Martín, J.J.P. (2018), “Campaña y emociones. Un análisis de la franja electoral de las elecciones presidenciales de Chile en 2017”, tesis de licenciatura, Santiago, Universidad Diego Portales.
- Schlozman, K.L., H.E. Brady y S. Verba (2018), *Unequal and Unrepresented: Political Inequality and the People’s Voice in the New Gilded Age*, Princeton, Princeton University Press.
- Segovia, C. (2016), “Desigualdad de información: Una exploración de los antecedentes del conocimiento político en Chile”, *Psykhé*, 25(2), pp. 1-19, DOI: <https://doi.org/10.7764/psykhe.25.2.847>.
- Segovia, C. (2017), “Malaise and Democracy in Chile”, en A. Joignant, M. Morales y C. Fuentes (eds.), *Malaise in Representation in Latin American Countries*, Nueva York, Palgrave Macmillan.
- Segovia, C. y R. Gamboa (2020), “Between Knowing and Feeling: Emotions and the Vote in the 2017 Chilean Presidential Election”, *Opinio Publica*, 26(3), pp. 452-474.
- Servel (Servicio Electoral) (2019a), *Estadística de participación elecciones 2017*, en: <https://>

- www.servel.cl/estadistica-de-participacion-por-rango-de-edad-y-sexo-elecciones-2017/ [fecha de consulta: 13 de marzo de 2023].
- Servel (Servicio Electoral) (2019b), *Estadística de participación por rango de edad y sexo: Segunda votación presidencial*, en: <https://www.servel.cl/estadistica-de-participacion-por-rango-de-edad-y-sexo-segunda-votacion-presidencial/> [fecha de consulta: 20 de marzo de 2023].
- Valentino, N.A., K. Gregorowicz y E.W. Groenendyk (2009), “Efficacy, Emotions and the Habit of Participation”, *Political Behavior*, 31, pp. 307-330, DOI: 10.1007/s11109-008-9076-7.
- Valentino, N.A., T. Brader, E.W. Groenendyk, K. Gregorowicz y V.L. Hutchings (2011), “Election Night’s Alright for Fighting: The Role of Emotions in Political Participation”, *Journal of Politics*, 73(1), pp. 156-170, DOI: <https://doi.org/10.1017/S0022381610000939>.
- Verba, S., K.L. Schlozman y H.E. Brady (1995), *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*, Cambridge, Harvard University Press.
- Wattenberg, M.P. (2010), *Is Voting for Young People?* Nueva York, Pearson Longman.
- Weber, C. (2013), “Emotions, Campaigns, and Political Participation”, *Political Research Quarterly*, 66(2), pp. 414-428, DOI: <https://doi.org/10.1177/1065912912449697>.