

La construcción emocional de los ciudadanos hacia los líderes políticos: Elecciones Generales de España de noviembre de 2019

The emotional construction of citizens towards political leaders: Spanish General Elections November 2019

Elba Maneiro Crespo^{1,a}, Serafín González Quinzán^{1,b}, Gemma Vicente Iglesias^{1,c}
¹ Universidade de Santiago de Compostela, España

✉ aelba.maneiro.crespo@usc.es

✉ bserafin.gonzalez.quinzan@usc.es

✉ cemma.vicente.iglesias@usc.es

Recibido: 14/02/2023; Aceptado: 12/04/2023

Resumen

La creciente polarización política, el auge de los partidos de extrema derecha o la crisis catalana; son tan solo algunos de los ejemplos más recientes en los que podemos observar el ya incuestionable rol de las emociones en nuestra realidad política. De la mano del desarrollo de la psicología política, las emociones se han venido interpretando como una variable explicativa más del comportamiento político. Eso sí, la huella de ese dominio de la perspectiva psicológica se ha plasmado en un concepto de emoción básicamente individual y reactivo. Nos preguntamos si esta forma de acercarnos hasta la compleja relación política-emociones es la más adecuada. Aquí buscamos recuperar algunas de las ideas clave de la óptica constructivista de las emociones y conjugarlo con el análisis contemporáneo de las mismas. Abordamos las emociones como el fenómeno a explicar e identificaremos los elementos configuradores del proceso de construcción emocional. Presentaremos cuatro modelos de ecuaciones estructurales donde testaremos los elementos aquí propuestos como constitutivos de la emoción. Las emociones analizadas (odio y miedo) serán las dirigidas hacia los dos principales líderes políticos (Pedro Sánchez y Pablo Casado) en el contexto posterior a las Elecciones Generales de España del 10 de noviembre de 2019.

Palabras clave: emociones; comportamiento político; constructivismo; liderazgo; elecciones generales.

Abstract

The growing political polarisation, the rise of extreme right-wing parties and the Catalan crisis are just some of the most recent examples in which we can observe the now unquestionable role of emotions in our political reality. The development of political psychology has led to emotions being interpreted as another explanatory variable of political behaviour. However, the influence of this dominance of the psychological perspective has been reflected in a basically individual and reactive concept of emotion. We wonder if this approach to the complex relationship between politics and emotions is the most appropriate. Here we seek to bring back some of the key ideas of the constructivist view of emotions and combine them with contemporary analysis of emotions. We approach emotions as the phenomenon to be explained and identify the shaping elements of the emotional construction. We present four structural equation models where we test the elements proposed here as constitutive of emotion. The emotions analysed (hate and fear) will be those directed towards the two main political leaders (Pedro Sánchez and Pablo Casado) in the context following the Spanish General Elections of 10 November 2019.

Keywords: emotions; political behaviour; constructivism; leadership; general elections.

1. Cognitive revolution y la huella psicológica en el estudio de las emociones en la Ciencia Política

En las últimas décadas el estudio del papel de las emociones en el comportamiento político ha estado ligado al desarrollo de la psicología política, a partir de 1970 tras la conocida como revolución cognitiva. Una de las cuestiones centrales ha sido la de encontrar una forma de medición de las respuestas emocionales de los ciudadanos. Es decir, qué emociones definen los *issues* políticos, cómo operacionalizar las emociones y qué cuestiones son las más adecuadas para medir las respuestas emocionales (Marcus et al., 2006). Esta búsqueda ha venido dominada por la influencia de su vertiente psicológica (Houghton, 2009), lo que ha conllevado que en muchas ocasiones se haya pasado por alto la importancia de analizar de forma conjunta las experiencias emocionales individuales con la organización social y política de estas. Es decir, se han tratado las emociones como fenómenos intrínsecamente individuales. Más concretamente, se manejado un concepto de la emoción como una reacción espontánea, básicamente fisiológica, ante un estímulo de naturaleza política.

Así, esta aproximación derivará en lo que denominamos una concepción esencialista de la emoción que entiende que éstas se desencadenan cuando el cerebro percibe un objeto y éste asigna un significado (Damasio, 1994; Brader, 2005; Niedenthal et al., 2006). Esta concepción presenta como el centro de la experiencia emocional al individuo y distingue unas emociones básicas que se encuentran presentes en todos los seres humanos desde el momento en el que nacemos, por lo que las emociones se entienden como preexistentes.

Ahora bien, nosotros cuestionamos si esta aproximación es la más adecuada a la hora de analizar la compleja relación entre emociones y política; y nos preguntamos en qué lugar relega esta definición aquello que construimos socialmente. A pesar de que no debemos subestimar aquellos autores que apostaron por una perspectiva constructivista y que enfatizaron en los procesos de construcción social y cultural de las emociones (Averill, 1980, 1983, 2012; Armon-Jones, 1985, 1986; Harré, 1986; Solomon, 1988, 1993, 1998), lo cierto es que estos trabajos pasaron a un segundo plano frente al cognitivismo dominante. Con todo esto en mente, nos proponemos recuperar algunas de las ideas clave del constructivismo e integrarlas con las aproximaciones contemporáneas con el objetivo de identificar los elementos que se encuentran presentes en el proceso de construcción emocional.

2. Por la recuperación de la dimensión social y política de las emociones: ideas clave del constructivismo y elementos configuradores

A lo largo de la década de 1980 distintos autores comienzan a apuntar hacia al constructivismo con el fin de abordar cómo experimentamos nuestras emociones, señalando hacia una construcción sociocultural de los fenómenos emocionales. Como hemos presentado, el enfoque fisiológico y el enfoque cognitivo presentan un concepto de emoción muy lineal y racionalista que impide dar cuenta de la compleja realidad social, cultural y política de las emociones. El constructivismo entiende las emociones como producto de una construcción social dentro de un contexto cultural particular. En este trabajo, nuestra intención es presentar un modelo del proceso de construcción emocional que refleje la dinámica y la interacción de los elementos presentes. Proponemos un esquema explicativo de ese proceso de construcción de las emociones, que parte del constructivismo, pero que recoge las aportaciones que se han hecho desde distintos enfoques que han tratado el papel de las emociones en el

comportamiento político de los ciudadanos. Nuestro objetivo es el de identificar qué factores forman parte de ese proceso de construcción emocional, y qué papel tienen dichos factores en este proceso. Proponemos un total de siete tipos de elementos configuradores de la construcción emocional: elementos estructurales, elementos culturales, actitudes hacia la política e instituciones, elementos perceptivos, escenario político, elementos ideológicos y cultura política, y medios.

Los factores sociodemográficos los hemos denominado elementos estructurales, e incluyen variables como la edad o el nivel de ingresos. Estos elementos se encuentran vinculados a dos ideas muy presentes en los autores constructivistas: la posición socioeconómica de la comunidad de referencia del individuo (Tajfel 1978, 1981; Maffesoli 2004; Hall 2005; Clarke et al. 2016).

El papel de la cultura será otro de los conceptos centrales de las aproximaciones constructivistas. En concreto, su función prescriptiva. Es decir, las emociones tienen un papel central en la reproducción misma de la comunidad, existiendo una relación prescriptiva entre las emociones y los valores de cada comunidad cultural (Averill 1980; Harré 1986; Armon-Jones 1985, 1986; Elster 1999; Hall 2002, 2005; Mihai 2014, 2016; Clarke et al. 2016).

Los elementos institucionales los hemos decidido tratar como actitudes hacia la política e instituciones. Desde el constructivismo se ha apuntado hacia la relación entre las emociones y el compromiso con los principios democráticos (Hall 2005, Mihai 2014). Además, hemos añadido al modelo explicativo las actitudes hacia la política plasmadas gracias a los indicadores de populismo y de desafección, así como del grado de satisfacción y de confianza hacia las instituciones democráticas (Montero et al., 1998).

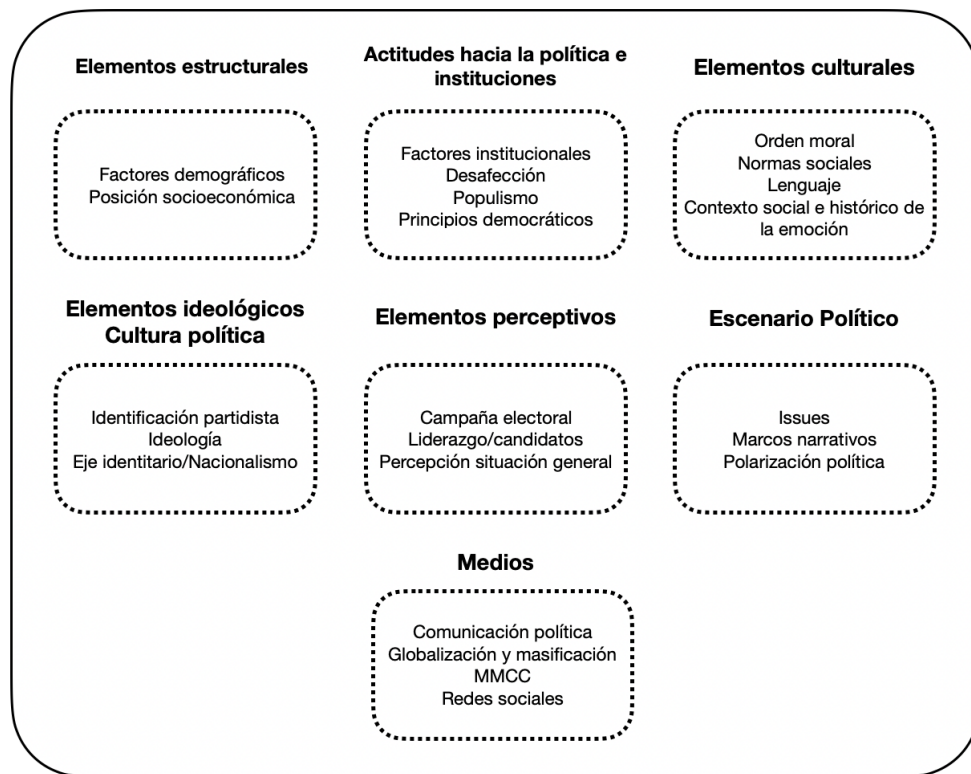
Si bien estos tres conjuntos de elementos son señalados habitualmente por las aproximaciones constructivistas, hemos decidido contar también con aquellos que conforman el contexto político y que denominamos elementos perceptivos. Aquí planteamos una idea de la percepción política como un espacio de construcción, en el que el individuo de forma activa construye dicha percepción. Entre estos elementos identificamos los propios de la campaña electoral como el grado de seguimiento de ésta, los factores que condicionan el contexto (Rudolph et al. 2000; Ost 2004; Brader 2005, 2006; Westen 2007; Yates 2016, 2019) o la valoración de los candidatos (Marcus et al. 2000; Lodge y Taber 2000; Huddy y Gunthorsdottir 2000, Brader et al. 2011).

Apostamos también por reflejar la parte más dinámica del entorno político y que da cuenta de los *issues* que están teniendo lugar en un momento particular. Denominamos a estos elementos “escenario político”. Los *issues* del momento y la lucha por definir los marcos narrativos son piezas de estos elementos (Marcus et al. 2000; Lodge y Taber 2000; Westen 2007; Lakoff 2008; Yates 2019). También contamos con los elementos ideológicos y la cultura política. Respecto a los elementos ideológicos, nos focalizamos en la identificación partidista. Entendida ésta como una vinculación emocional con un grupo, apuntamos hacia su papel explicativo en el proceso de construcción de las emociones (Greene, 2002; Burden y Klofstad, 2005; Roscoe y Christiansen, 2010). Por su parte, la autoubicación en la escala ideológica es uno de los heurísticos claves a la hora de configurar nuestra identidad política y su relación con las emociones ha sido apuntada en numerosas ocasiones (Russell Neuman et al. 2018; Yates 2019). Asimismo, también incluimos el *cleavage* identitario ya que numerosos autores han señalado esa relación entre las emociones y la construcción de una identidad (Hall, 2002, 2005; Ost, 2004; Máiz, 2011; Engelken-Jorge, 2011; Mihai, 2014, 2016; Mees, 2015).

El séptimo conjunto de elementos que identificamos es el papel de los medios de comunicación (Brader 2005, 2006; Nussbaum, 2008; Yates 2016, 2019). En concreto, el uso de las redes sociales nos parece muy relevante; ya que se ha traducido en la superación del esquema tradicional emisor-receptor que ha cambiado el modo en el que nos informamos

políticamente, generando nuevos espacios de proactividad de los ciudadanos (Yates, 2016; Lagares et al., 2019; Robles y De Stefano, 2019; Rivera et al., 2021).

Figura 1. Elementos configuradores de la construcción emocional



Fuente: Elaboración propia.

Estos siete conjuntos de elementos son variables que hemos identificado gracias a la literatura precedente, así como de trabajos empíricos previos. Nosotros queremos proponer un octavo espacio: apuntamos hacia la capacidad de otras emociones de influir en el proceso de la construcción emocional. De esta forma, señalamos que las emociones no se construyen tan solo en base a factores contextuales o personales, sino también a través de otras emociones: la construcción de una emoción se da en un conjunto de emociones que denominamos *arquitectura emocional* (Lagares et al., 2022). Si bien otros autores ya habían apuntado con anterioridad la posibilidad de que un mismo individuo sienta distintas emociones hacia un evento o actor político (Marcus et al., 2000; Marcus y MacKuen, 2004), nosotros aquí destacamos que también las emociones hacia sujetos políticos diferentes al objeto de explicación también forman parte del proceso de construcción emocional. De este modo, proponemos que otras emociones (ya sean dirigidas hacia el mismo sujeto o no) son otro de los elementos configuradores de la emoción.

3. Objetivos y metodología

Con el objetivo de testar estos elementos, hemos llevado a cabo modelos de ecuaciones estructurales (SEM). Emplearemos la encuesta realizada por el *Equipo de Investigaciones Políticas* de la *Universidad de Santiago de Compostela* (EIP-USC) en colaboración con el Laboratorio de encuestas telefónicas de la Universidad de Granada, desarrollada tras las

elecciones generales de España del 10 de noviembre de 2019¹. Desde el 2016 incorporamos las emociones a nuestros cuestionarios, optando por seguir el modelo propuesto por Marcus, Neuman y MacKuen (Jaráiz et al., 2020). De este modo, en nuestro cuestionario preguntamos por un total de trece emociones² que clasificamos en tres dimensiones emocionales:

- Dimensión Entusiasmo: entusiasmo, esperanza, orgullo y tranquilidad.
- Dimensión Aversión: amargura, desprecio, odio y resentimiento.
- Dimensión Ansiedad: ansiedad, asco, enfado, miedo y preocupación.

Tabla 1. Variables significativas

| VARIABLES | TIPO |
|--|------------|
| Emociones (Variable Dependiente) | |
| Presencia de la emoción hacia el líder político | dicotómica |
| Emociones | |
| Intensidad de la emoción hacia el líder político (0-5) | escala |
| Elementos ideológicos-Cultura Política | |
| Autoubicación ideológica | escala |
| Identificación partidista | dicotómica |
| Elementos Culturales | |
| Grado de acuerdo con el proceso de la integración de la UE | escala |
| Actitudes hacia la política e instituciones | |
| <i>Grado</i> confianza en las instituciones democráticas de satisfacción con la democracia española de desafección hacia la política de interés por la política | escala |
| <i>Grado de acuerdo con la frase</i> “quien esté en el poder siempre busca su propio interés” “la política es tan complicada que gente como yo no puede entender lo que pasa” “estoy mejor informado sobre política que la mayoría de la gente” | |
| Elementos Perceptivos | |
| Valoración candidatos | escala |
| <i>Atributos candidatos:</i> Eficacia Honradez Capacidad de conseguir recursos Preocupación por España antes que por el partido Proximidad a los ciudadanos Que tenga buenos proyecto Carisma | |
| Situación política futura de España | |
| | |

¹ Estudio Postelectoral Elecciones Generales en España, noviembre 2019 (EPEGE Nov. 2019):

- Fechas: 14 enero - 22 febrero 2020.
- Universo: población mayor de 18 años, residente en España.
- Tamaño muestral: 1000.
- Supuestos: p=q.
- Error asociado: ± 3,1%.
- Afijación: proporcional (cuotas de sexo y edad).
- Administración: telefónicamente mediante el sistema CATI.

² A la propuesta original de Marcus et al. 2000, el EIP-USC ha añadido la emoción de *tranquilidad*.

| | |
|---|---------|
| Interés campaña | ordinal |
| <i>Medios</i> | |
| Grado uso RRSS información política participación política | escala |
| Frecuencia con la que sigue información política a través de periódicos | ordinal |
| <i>Escenario Político</i> | |
| Valoración investidura Sánchez gobierno coalición de la gestión de los partidos (oposición) crecimiento Vox | escala |
| Grado de acuerdo con la propuesta de Vox respecto a: Ley de Memoria Histórica Ley LGTBI | |

Fuente: Elaboración propia.

Las emociones mencionadas se preguntarán tanto en referencia a los líderes políticos como en relación con los principales partidos políticos. En la [tabla 1](#) se presentan todas las variables que han resultado significativas en los modelos analizados³ :

4. Análisis de resultados

En este apartado presentaremos los cuatro modelos con los que pretendemos testar los siete elementos configuradores del proceso de construcción emocional que hemos señalado. El contexto en el que se ha desarrollado la encuesta es el posterior a las Elecciones Generales de España de noviembre de 2019, y las emociones que hemos seleccionado son aquellas referidas a los dos principales líderes: Pedro Sánchez, líder del PSOE y presidente de España desde junio de 2018; y Pablo Casado, líder del PP en dicho momento. Hemos decidido analizar dos de las emociones que nos parecen más interesantes teniendo en consideración el polarizado contexto: odio y miedo.

Hemos empleado como variable dependiente la presencia de la emoción⁴ . La [siguiente tabla](#) presenta los niveles de explicación y los índices de ajuste para cada uno de los modelos, cumpliendo todos ellos con los criterios de ajuste ([Kaplan, 2009](#); [Kline, 2011](#))⁵ :

³ Inicialmente se incluyeron variables correspondientes a los ocho conjuntos de elementos mencionados anteriormente elementos estructurales, elementos culturales, actitudes hacia la política e instituciones, elementos perceptivos, escenario político, elementos ideológicos y cultura política, y medios.

⁴ Esta pregunta se encuentra formulada de la siguiente manera: "Piense ahora en sus emociones, en las emociones que nos hacen sentir los políticos, aunque a veces no seamos conscientes. Le voy a citar una serie de políticos y le ruego que me diga si alguna vez le han hecho sentir alguna de las emociones de las que le voy a hablar".

⁵ Los valores de referencia para el índice RMSEA son:

- RMSEA «bueno»: $0 \leq RMSEA \leq 0.05$ con $0.10 < p \leq 1.00$.
- RMSEA «aceptable»: $0.05 \leq RMSEA \leq 0.08$ con $0.05 < p \leq 0.10$.

Los valores de referencia para los índices NFI y CFI son:

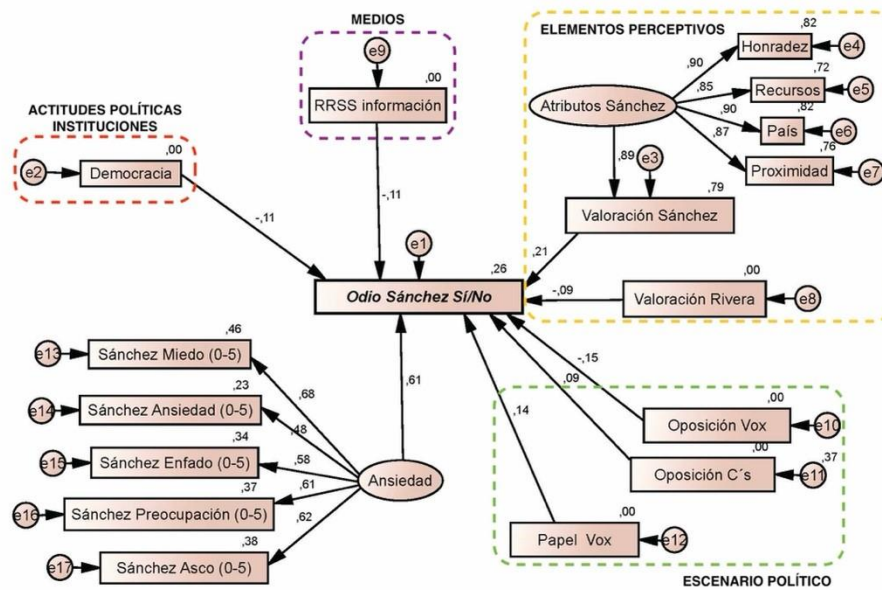
- NFI «bueno»: $0.95 \leq NFI \leq 1.00$ y NFI «aceptable»: $0.90 \leq NFI \leq 0.95$
- CFI «bueno»: $0.97 \leq CFI \leq 1.00$ y CFI «aceptable»: $0.95 \leq CFI \leq 0.97$

Tabla 2. Niveles de explicación e índices de ajuste

| | | R Cuadrado | NFI | CFI | RMSEA |
|---------------|-------|------------|-------|-------|-----------------|
| Pedro Sánchez | Odio | 0,26 | 0,967 | 0,978 | 0,045 (p=0,900) |
| | Miedo | 0,57 | 0,97 | 0,979 | 0,047 (p=0,818) |
| Pablo Casado | Odio | 0,22 | 0,953 | 0,967 | 0,047 (p=0,768) |
| | Miedo | 0,21 | 0,944 | 0,961 | 0,044 (p=0,923) |

Fuente: Elaboración propia a partir del EPEGE Nov. 2019 (EIP-USC).

Figura 2. Modelo de explicación de odio hacia Pedro Sánchez



Fuente: Elaboración propia a partir del EPEGE Nov. 2019 (EIP-USC).

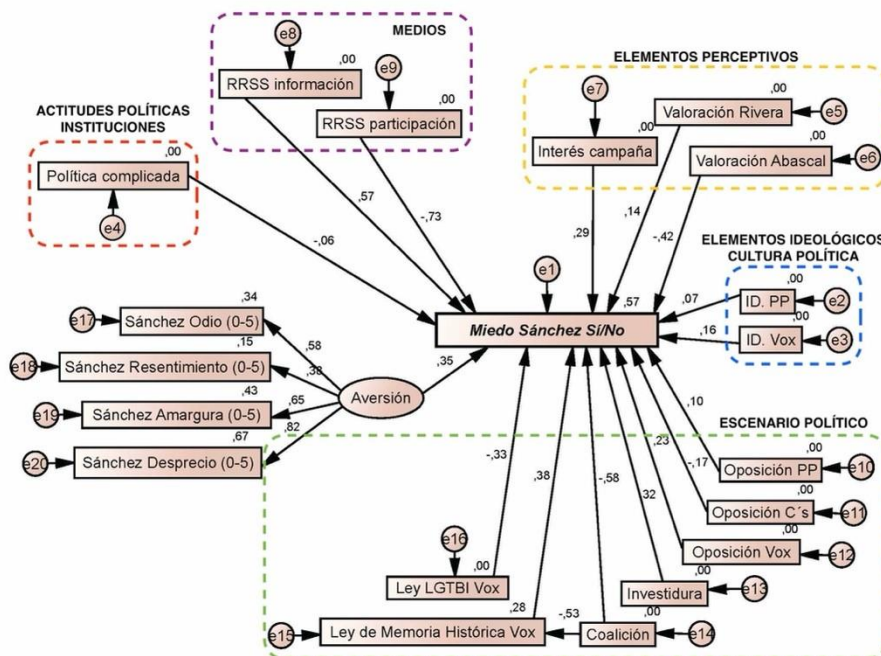
En este primer modelo analizamos la emoción correspondiente a la dimensión de aversión: odio. Numerosos son los trabajos que tratan la compleja relación entre las dimensiones de aversión y de ansiedad. De este modo, nos preguntamos si podríamos identificar en el proceso de construcción de las emociones pertenecientes a la dimensión de aversión la influencia de la dimensión de ansiedad, y viceversa. Para ello, hemos incluido en los modelos de las emociones de la dimensión de aversión, un factor conformado por las emociones que identificamos con la dimensión de ansiedad; mientras que en los modelos correspondientes a las emociones de la dimensión de ansiedad hemos incluido un factor conformado por las emociones identificadas con la dimensión de aversión. Para crear estos factores hemos empleado las variables relativas a la intensidad emocional. En este modelo confirmamos lo que intuíamos: la dimensión de ansiedad tiene un elevado impacto (0,61). Así, constatamos la interacción de las dimensiones emocionales de ansiedad y de aversión, así como la convivencia de diversas emociones hacia el mismo líder.

Resulta llamativo que la valoración de Sánchez presente una influencia positiva (0,21). Esta variable, estará explicada en parte por la valoración de los atributos del líder (en un 79%).

Respecto a los líderes, también identificamos como aquellos que peor valoran al líder de C's tienen una mayor probabilidad de sentir odio hacia Sánchez (-0,09). Respecto a la categoría "Escenario político", también resulta curioso el impacto negativo de la valoración de la oposición de Vox (-0,15). En un análisis descriptivo previo comprobamos como proporcionalmente aquellos que simpatizaban con Vox y el PP eran los que más sentían odio. Por su lado, también podemos observar la influencia, esta vez en positivo, de la valoración de la labor de oposición de C's (0,09). De esta forma aquellos con peores valoraciones de Vox y aquellos con mejores valoraciones de C's respecto a su rol en la oposición, tienen mayores posibilidades de sentir odio hacia Sánchez. En este conjunto de variables también nos topamos con la valoración de la actuación de Vox en las negociaciones posteriores al 10N que afecta de forma positiva (0,14).

Comprobamos como la variable "Democracia" tiene un impacto negativo (-0,11): aquellos menos satisfechos con la democracia tienen más posibilidades de sentir odio hacia el líder socialista. Por último, el grado de uso de las redes sociales (RRSS) para obtener información política tiene un impacto negativo sobre el odio hacia Sánchez (-0,11).

Figura 3. Modelo de explicación de miedo hacia Pedro Sánchez



Fuente: Elaboración propia a partir del EPEGE Nov. 2019 (EIP-USC).

En este modelo, al tratarse de una emoción correspondiente a la dimensión de ansiedad, hemos incluido la dimensión de aversión como un factor explicativo; identificando su impacto positivo (0,35).

En esta emoción resulta muy significativo el impacto de las RRSS. Comprobamos como el su uso para recibir información política tiene una influencia positiva (0,57), mientras que su empleo para participar políticamente tiene un impacto negativo (-0,73). El comportamiento de estas dos variables es coherente con trabajos previos que identifican dinámicas distintas en función de la emoción implicada: emociones como la ansiedad o el miedo se encontrarían vinculados con una mayor búsqueda de información, mientras que la emoción de enfado se relacionaría mayor participación en cuestiones políticas (Vasilopoulos et al., 2018; Wollebæk et al., 2019; Rivera et al., 2021).

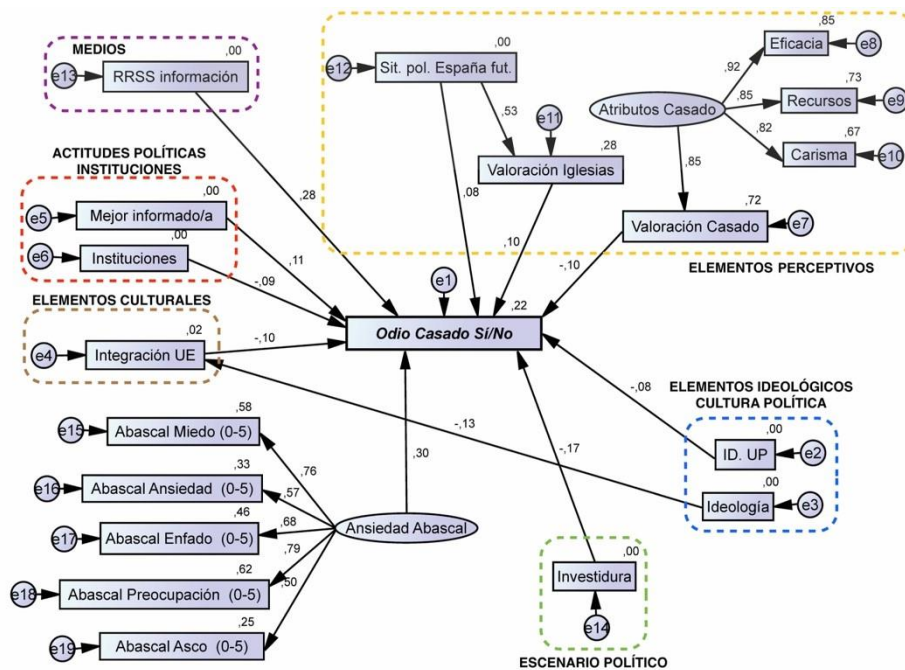
Por su parte, el grado de interés en la campaña electoral presenta un impacto positivo (0,29). Respecto a las otras dos variables correspondientes al conjunto “Elementos perceptivos”, puede resultar llamativo que la valoración de Abascal presente una influencia negativa (-0,42). Por su parte, en el caso de la valoración de Rivera ésta es positiva (0,14).

Las variables correspondientes a “Escenario político” son numerosas. La valoración de la investidura presenta un efecto positivo (0,32), mientras que la valoración del gobierno de coalición presenta uno negativo (-0,58). Esta última, a su vez explicará en un 28% el grado de acuerdo con la propuesta de Vox con relación a la Ley de Memoria Histórica. Ésta tiene un impacto positivo (0,38), mientras que el grado de acuerdo con la propuesta de este mismo partido sobre la Ley LGTBI tiene uno negativo (-0,33).

En relación con la labor de oposición del PP, C’s y Vox; también encontramos ciertas diferencias. Mientras que aquellos que valoran mejor el rol en la oposición de Vox y del PP presentan una mayor probabilidad de sentir miedo hacia Sánchez (0,23 y 0,10; respectivamente); en el caso de la valoración del papel en la oposición de C’s esto se invertiría (-0,17). En línea con esto, encontramos la simpatía hacia Vox y hacia el PP con un efecto positivo sobre la variable dependiente (0,16 y 0,07; respectivamente).

Por último, el grado de acuerdo con la frase “la política es tan complicada que gente como yo no puede entender lo que pasa” presenta un impacto negativo (-0,06). De este modo, un valor más bajo en este indicador relativo a la desafección conllevaría una mayor posibilidad de sentir miedo hacia Sánchez.

Figura 4. Modelo de explicación de odio hacia Pablo Casado



Fuente: Elaboración propia a partir del EPEGE Nov. 2019 (EIP-USC).

En este modelo confirmamos el relevante papel de las emociones de Santiago Abascal en la construcción emocional del líder popular. Al comprobar en el proceso de identificación de los modelos de Casado la importancia de las variables relativas a Vox, y a la luz de lo que nos mostraba un análisis descriptivo previo, decidimos probar con las dimensiones emocionales de Abascal al comprobar que las de Casado no funcionaban bien en la construcción de sus propias

emociones. En este SEM ratificamos la interacción entre las dimensiones de ansiedad de uno y la dimensión de aversión del otro.

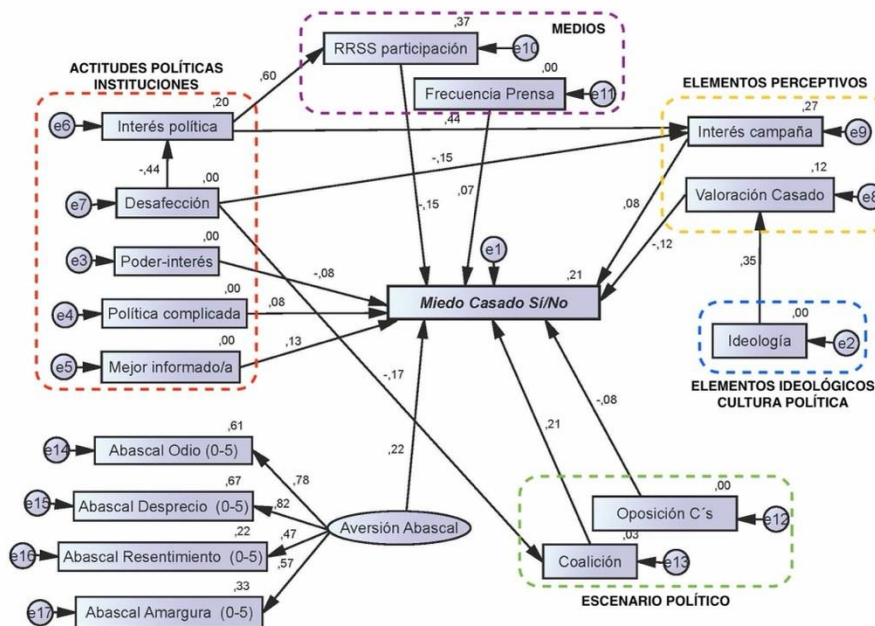
Respecto a los elementos de la batería de preguntas de “Escenario Político” comprobamos como la única variable presente es la valoración de la investidura de Pedro Sánchez, mostrando ésta un efecto negativo (-0,17). En el set de variables “Elementos perceptivos” volvemos a constatar la importancia de las valoraciones de los líderes. Así, aquellos que mejor valoran al líder popular tiene menos probabilidades de sentir odio hacia éste (-0,10). Por el contrario, aquellos con una mejor valoración de Iglesias, presentan más probabilidades de sentir odio hacia el líder popular (0,10). La valoración de Casado se encontrará explicada en un 72% por el factor relativo a sus atributos. La valoración del líder de UP, por su lado, se encontrará explicada en un 28% por la valoración de la situación política de España de cara al futuro. Esta variable presenta un efecto positivo (0,08) sobre la explicación del odio a Casado.

Respecto a los elementos de carácter ideológico nos encontramos con la influencia negativa de la simpatía hacia UP (-0,08). La variable correspondiente a la integración de la UE presenta este un efecto negativo: aquellos que se posicionan más a la izquierda serán los que presenten mayores posibilidades de apoyar el desarrollo del proyecto europeo (-0,10).

Por último, podemos observar el efecto de dos variables del grupo “Actitudes políticas-Instituciones”. El grado de acuerdo con la frase “estoy mejor informado sobre política que la mayoría de la gente” presenta un efecto positivo (0,11). Es decir, aquellos que se consideran mejor informados, presentan más posibilidades de sentir odio hacia Casado. Por su lado, aquellos que apuntan tener un menor grado de confianza en las instituciones democráticas también semejan tener una mayor tendencia a sentir odio hacia Casado.

En el modelo de miedo hacia el líder popular constamos el impacto de la dimensión de aversión hacia Abascal (0,22). Asimismo, comprobamos como en el grupo de variables correspondientes a “Escenario Político”, la valoración del gobierno de coalición tiene un impacto positivo (0,21). La valoración de la labor de oposición de C’s también influirá, aunque en sentido negativo (-0,08).

Figura 5. Modelo de explicación de miedo hacia Pablo Casado



Fuente: Elaboración propia a partir del EPEGE Nov. 2019 (EIP-USC).

Resulta curioso que tanto el grado en el que se considera mejor informado que la media, así el grado en el que cree que la política es demasiado complicada; tengan ambas un efecto positivo sobre el miedo hacia Casado (0,13 y 0,08; respectivamente). Por su parte, el grado de acuerdo con la frase “quien esté en el poder siempre busca su propio interés”, variable vinculada a la desafección, presenta un efecto negativo (-0,08). Resulta interesante la presencia, ambas con efecto directo y positivo, de la variable “mejor informado/a” y del grado de interés de la campaña, ya que trabajos previos han vinculado las emociones correspondientes a la dimensión de ansiedad (como es el miedo) con aquellos electores que se sienten más competentes políticamente e implicados en la campaña electoral (Rudolph et al., 2000).

Las dos variables restantes de esta categoría presentan un efecto indirecto. El grado de interés en la política y el grado de desafección hacia la misma, explicarán en un 27% (eso sí, la primera en sentido positivo y la segunda en sentido negativo) el interés en la campaña electoral. Ésta, a su vez, tendrá un efecto positivo sobre la variable dependiente (0,08). También explicará el interés en la política en un 37% el grado de uso de las RRSS para participar políticamente, presentando esta variable un efecto de (-0,15). Hay en este SEM otra variable relativa a los “Medios”: la frecuencia del seguimiento de la política a través de la prensa escrita (0,07).

Respecto a los elementos ideológicos y cultura política, podemos comprobar como la valoración de Casado, explicada en un 12% por la autoubicación en la escala ideológica, afecta en sentido negativo a la explicación del miedo hacia Casado.

5. Conclusiones

El predominio de la perspectiva psicológica en el estudio de las emociones en la ciencia política ha provocado que gran parte de los trabajos hayan perdido la perspectiva social. En este trabajo, sin embargo, apostamos por una lectura constructivista de las emociones. Esta óptica entiende las emociones como resultado de un proceso de construcción social, cultural y político. De este modo, identificamos siete conjuntos de elementos que inciden en la construcción de las emociones (elementos estructurales, elementos ideológicos y cultura política, elementos culturales, actitudes políticas e instituciones, elementos perceptivos, medios y escenario político).

Hemos analizado la encuesta postelectoral llevada a cabo por el EIP-USC realizada tras las elecciones generales de España del 10 de noviembre de 2019, y buscamos de identificar las variables que forman parte de la construcción de las emociones de odio y miedo hacia los dos principales candidatos: Pedro Sánchez y Pablo Casado. Tras el análisis, podemos apuntar dos ideas: por un lado, señalar que los elementos propuestos están presentes en la explicación de las emociones; por otro lado, algunos indicadores presentan una capacidad explicativa especialmente significativa. De esta forma, a pesar de comprobar la presencia de cada *set* de elementos podemos observar como el elevado poder explicativo de algunos indicadores hacer que otros pasen a un segundo plano.

Ahora bien, esto sólo quiere decir que en cada caso unos elementos son predominantes en la explicación sobre los otros. Los elementos institucionales, los elementos perceptivos, los indicadores del escenario político y de los medios de comunicación; sí se encuentran presentes en los cuatro modelos. Asimismo, también destacamos la relevancia del cleavage ideológico y de los cleavages identitarios y, en especial, de la identificación partidista; que se encuentran presentes en todos los modelos a excepción del correspondiente al odio hacia Sánchez. Por su parte, los elementos culturales solo se encuentran presentes en el modelo de odio hacia Casado. De este modo, constatamos como la alta capacidad explicativa de los demás indicadores hace

que los elementos estructurales no encuentren cabida en estos SEM. En síntesis, creemos adecuado afirmar que el modelo de la construcción emocional se ve corroborado en gran parte.

En los modelos presentados también confirmamos la interacción entre las dimensiones de ansiedad y de aversión, destacando que en los modelos de Casado esta relación es más compleja: añadimos las dimensiones emocionales del líder de Vox, Santiago Abascal. Entendemos que la construcción de una emoción no tiene lugar de forma aislada, sino que se da dentro de un conjunto de emociones por lo que nos planteamos la posibilidad de que las emociones hacia Abascal fuesen unos factores clave a la hora de explicar la producción emocional de Casado. En el caso del miedo hacia éste, la dimensión de aversión hacia Abascal se encuentra presente y su impacto es positivo. En la misma línea, nos encontramos con el modelo de odio hacia Casado, donde la dimensión de ansiedad hacia el líder de Vox resulta tener también un efecto positivo. Estos resultados semejan confirmar la idea tras el concepto de *arquitectura emocional*: el proceso productivo emocional no tiene lugar de forma aislada, sino que se da dentro de un conjunto de emociones. Nuestros resultados nos llevan hasta una interesante conclusión respecto a la contraposición de dos líderes con dos liderazgos diametralmente opuestos. De esta forma, hemos podido comprobar la escasa capacidad de movilización emocional de Casado frente a un líder que demuestra una enorme capacidad movilizadora de las emociones: Pedro Sánchez. Así, nos topamos como en el caso de Sánchez las variables correspondientes a las emociones que este mismo líder despierta se encuentran entre aquellas con mayor capacidad explicativa; mientras que en el caso de Casado hemos tenido que recurrir a las variables emocionales correspondientes a un tercer líder.

En síntesis, podemos apuntar a que estos resultados corroboran una parte importante de lo aquí propuesto como elementos constitutivos de la construcción emocional. Podemos confirmar, eso sí, el mayor impacto de los elementos más relacionados con la actualidad política y, en especial, con la polarización política. Asimismo, confirmamos la presencia de otras emociones lo que nos lleva hasta la idea de *arquitectura emocional*.

6. Bibliografía

- ARMON-JONES, Claire (1985). "Prescription, Explication and the Social Construction of Emotion". *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 15(1): 1-22. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5914.1985.tb00042.x>
- ARMON-JONES, Claire (1986). "The Thesis of Constructionism". En Harré, Rom (ed.) *The Social Construction of Emotion*, Oxford: Basil Blackwell, 32-56.
- AVERILL, James R. (1980). "A constructivism view of emotion". En Plutchik, Robert y Henry Kellerman (1980). *Theories of Emotions*. Cambridge: Academic Press, pp. 305-339.
- AVERILL, James R. (1983). "Studies on anger and aggression: Implications for theories of emotion". *American Psychologist*, 38(11): 1145-1160. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.38.11.1145>
- AVERILL, James R. (2012). "The Future of Social Constructionism: Introduction to a Special Section of Emotion Review". *Emotion Review*, 4(3):215-220. <https://doi.org/10.1177/1754073912439811>
- 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), pp. 388-405. <https://doi.org/10.2307/3647684>

- BRADER, Ted (2006). *Campaigning for Hearts and Minds: How Emotional Appeals in Political Ads Work*. University of Chicago Press.
- BRADER, Ted, George E. MARCUS, y Kristyn L. MILLER (2011). "Emotion and Public Opinion". En EDWARDS III, George C. LAWRENCE R. JACOBS, y Robert Y. SHAPIRO (eds.). *The Oxford Handbook of American Public Opinion and the Media*. The Oxford Handbooks Online. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199545636.003.0024>
- BURDEN, Barry C. y Casey A. KLOFSTAD (2005). "Affect and Cognition in Party Identification". *Political Psychology*, 6(6), 869-886. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2005.00448.x>
- CLARKE, Simon, Paul HOGGET y Simon THOMPSON (2006). *Emotion, Politics and Society*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- DAMASIO, Antonio (1994). *El error de Descartes*. Barcelona: Editorial Crítica.
- ELSTER, Jon (1999). *Alchemies of the Mind. Rationality and the Emotions*. Cambridge University Press.
- ENGELKEN-JORGE, Marcos (2011). "Politics and Emotions: An overview". En ENGELKEN-JORGE, Marcos, Pedro IBARRA y Carmelo MORENO (eds.) *Politics and Emotions. The Obama Phenomenon*. Wiesbaden: VS-Verlag, 7-25.
- GREENE, Steven (2002). "The social-psychological measurement of partisanship". *Political Behavior*, 24, 171-97.
- HALL, Cheryl (2005). *The Trouble With Passion. Political Theory Beyond the Reign of Reason*. London: Routledge.
- HARRÉ, Rom (1986). "An Outline of the Social Constructionist View Point". En Harré, Rom (ed.). *The Social construction of emotions*. Oxford: Basil Blackwell, 2-14.
- HOUGHTON, David P. (2009). *Political Psychology. Situations, Individuals, and Cases*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203889114>
- HUDDY, Leonie y Anna H. GUNNTHORSOTTIR (2000). "The Persuasive Effects of Emotive Visual Imagery: Superficial Manipulation or the Product of Passionate Reason?". *Political Psychology*, 21(4): 745-778.
- JARÁIZ, Erika, Nieves LAGARES y María PEREIRA (2020). "Emociones y decisión de voto. Los componentes de voto en las elecciones generales de 2016 en España". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, 170, 95-116. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.170.115>
- KAPLAN, David (2009). *Structural equation modeling: foundations and extensions*. Thousand Oaks: Sage.
- KLINE, Rex B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. The Guilford Press.
- LAGARES, Nieves; Erika JARÁIZ y María PEREIRA (2019). "Comportamiento electoral". En MONTABES, Juan y Antonia MARTÍNEZ (eds.). *Gobierno y política en España*. Valencia: Tirant lo Blanch, 441-468.
- LAGARES, Nieves; Ramón MÁIZ y José Manuel RIVERA (2022). "El régimen emocional del procés en Cataluña: las emociones de los ciudadanos hacia los líderes políticos". *Revista Española de Ciencia Política*, (58), 19-52. <https://doi.org/10.21308/recp.58.01>
- LAKOFF, George (2008). *The Political Mind. A cognitive scientist's guide to your brain and its politics*. New York: Viking.

- LODGE, Milton y Charles TABER (2000). "Three Steps toward a Theory of Motivated Political Reasoning". En LUPIA, Arthur, Mathew D. MCCUBBINS y Samuel L. POPKIN (eds.): *Elements of Reason. Cognition, Choice, and the Bound of Rationality*, Cambridge Press, 183-213.
- MAFFESOLI, Michel (2004). *El tiempo de las tribus. El ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas*. Madrid: Siglo XXI Editores.
- MÁIZ, Ramón (2011). "The Political Mind and its Other: the non-place of emotions in modern political theory" en ENGELKEN-JORGE, Marcos, Pedro IBARRA y Carmelo MORENO (ed.) *Politics and Emotions. The Obama Phenomenon*. Wiesbaden: VS-Verlag, 29-70.
- MARCUS, George E.; W. RUSSELL NEUMAN y Michael B. MACKUEN (2000). *Affective Intelligence and Political Judgment*, The University of Chicago Press.
- MARCUS, George E. y Michael MACKUEN (2004). "Anxiety, Enthusiasm, and the Vote: The Emotional Underpinnings of Learning and Involvement During Presidential Campaigns" en JOST, John T. y Jim SIDANIUS (eds.) *Political psychology: Key readings*. New York: Psychology Press, 163-176. <https://doi.org/10.4324/9780203505984>
- MARCUS, George E., Michael MACKUEN, Jennifer WOLAK y Luke KEELE. (2006). "The Measure and Mismeasure of Emotion". En REDLAWSK, David (ed.). *Feeling Politics: Emotion in Political Information Processing*. London: Palgrave Macmillan, 31-45.
- MEAD, George H. (1964). *On Social Psychology: Selected Papers*. University of Chicago Press.
- MEES, Ludger (2015). "Emociones en política. Conceptos, debates y perspectivas analíticas" en GALEOTE, Géraldine; María LLOMBART y Maitane OSTOLOZA (eds.). *Emoción e identidad nacional: Cataluña y el País Vasco en perspectiva comparada*. París: Éditions Hispaniques.
- MIHAI, Mihaela (2014). "Theorizing Agonistic Emotions". *Parallax* 20 (2): 31-48. <https://doi.org/10.1080/13534645.2014.896547>
- MIHAI, Mihaela (2016). *Negative Emotions and Transitional Justice*. New York: Columbia University Press.
- MONTERO, José Ramón, Mariano TORCAL y Richard GÜNTHER (2018). "Actitudes hacia la democracia en España: legitimidad, descontento y desafección". *REIS: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 83: 9-49.
- NIEDENTHAL, Paula M., Silvia KRAUTH-GRUBER y François RIC (2006). *Psychology of Emotion. Interpersonal, Experiential, and Cognitive Approaches*. New York: Psychology Press.
- NUSSBAUM, Martha C. (2008). *Paisajes del pensamiento. La inteligencia de las emociones*. Barcelona: Ed. Paidós.
- OST, David (2004). "Politics as the Mobilization of Anger: Emotions in Movements and in Power". *Journal of Social Theory*, 7(2): 229-244. <https://doi.org/10.1177/1368431004041753>
- RIVERA, José Manuel, Nieves LAGARES, María PEREIRA y Erika JARÁIZ (2021). "Relación entre diversos usos de las redes sociales, emociones y voto en España". *Revista Latina de Comunicación Social*, 79: 73-98. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1518>
- ROBLES, José María y Stefano DE MARCO (2019). "Las redes sociales como nuevo elemento de desigualdad de la comunicación partidista". En LAGARES, Nieves; Carmen ORTEGA y Juan MONTABES (eds.) *Las elecciones autonómicas de 2015 y 2016*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, pp. 129-142

ROSCOE, Douglas D. y Neil D. CHRISTIANSEN (2010). "Exploring the Attitudinal Structure of Partisanship". *Journal of Applied Social Psychology*, 40(9): 2232-2266.

RUDOLPH, Thomas J.; Amy GANGL y Dan STEVENS (2000). "The Effects of Efficacy and Emotions on Campaign Involvement". *The Journal of Politics*, 62(4), 1189-1197. <https://doi.org/10.1111/0022-3816.00053>

RUSSELL NEUMAN, W.; George E. MARCUS y Michael B. MACKUEN (2018). "Hardwired for News: Affective Intelligence and Political Attention". *Journal of Broadcasting y Electronic Media*, 62:4, 614-635, <https://doi.org/10.1080/08838151.2018.1523169>

SOLOMON, Robert C. (1988). "On Emotions as Judgments". *American Philosophical Quarterly*, 25(2): 183-191.

SOLOMON, Robert C. (1993). *The passions: emotions and the meaning of life*. Indianapolis: Hackett Publishing Company, Inc.

SOLOMON, Robert C. (1998). "The Politics of Emotion". *Midwest Studies in Philosophy*, XXII: 1-19. <https://doi.org/10.1111/j.1475-4975.1998.tb00328.x>

TAJFEL, Henry (ed.) (1978). *Differentiation between social groups*. London: Academic Press.

TAJFEL, Henry (1981). *Human Groups and Social Categories. Studies in Social Psychology*. Cambridge University Press.

WESTEN, Drew (2007): *The Political Brain. The role of emotion in deciding the fate of the Nation*. New York: Public Affairs.

WOLLEBÆK, Dag, Rune KARLSEN, Kari STEEN-JOHNSEN, Bernard ENJOLRAS. (2019). "Anger, Fear, and Echo Chambers: The Emotional Basis for Online Behavior". *Social Media + Society*, 1-14. <https://doi.org/10.1177/2056305119829859>

YATES, Heather E. (2016). *The politics of emotions, candidates and choices*. New York: Palgrave Macmillan.

YATES, Heather E. (2019). *The Politics of Spectacle and Emotion in the 2016 Presidential Campaign*. Palgrave Pivot <https://doi.org/10.1007/978-3-030-15804-0>

Apéndices

ANEXOS

Tabla 3. Modelo de explicación del odio hacia Pedro Sánchez

| VARIABLES PREDICTORAS | β (S.E.) | Efectos totales estandarizados | Efectos directos estandarizados | Efectos indirectos estandarizados |
|--|-----------------|--------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|
| Atributos Sánchez > Valoración Sánchez | 0,929***(0,023) | 0,886 | 0,886 | |
| Atributos Sánchez > Honradez | 1,000 | 0,904 | 0,904 | |
| Atributos Sánchez > Recursos | 0,834***(0,025) | 0,847 | 0,847 | |
| Atributos Sánchez > País | 1,107***(0,024) | 0,905 | 0,905 | |
| Atributos Sánchez > Proximidad | 0,888***(0,024) | 0,872 | 0,872 | |

| Variables predictoras | β (S.E.) | Efectos totales estandarizados | Efectos directos estandarizados | Efectos indirectos estandarizados |
|---|------------------|--------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|
| Democracia Sánchez > Odio Sánchez Sí/No | -0,009***(0,002) | -0,109 | -0,109 | |
| Valoración Sánchez > Odio Sánchez Sí/No | 0,015***(0,004) | 0,208 | 0,208 | |
| Ansiedad > Sánchez miedo (0-5) | 1,643***(0,112) | 0,681 | 0,681 | |
| Ansiedad > Sánchez ansiedad (0-5) | 0,915***(0,081) | 0,479 | 0,479 | |
| Ansiedad > Sánchez enfado (0-5) | 1,818***(0,143) | 0,582 | 0,582 | |
| Ansiedad > Sánchez preocupación (0-5) | 1,939***(0,155) | 0,606 | 0,606 | |
| Ansiedad > Sánchez asco (0-5) | 1,000 | 0,618 | 0,618 | |
| RRSS información Odio Sánchez Sí/No | -0,022***(0,006) | -0,107 | -0,107 | |
| Valoración Rivera > Odio Sánchez Sí/No | -0,008*(0,003) | -0,092 | 0,208 | |
| Oposición C's > Odio Sánchez Sí/No | 0,009*(0,004) | 0,093 | 0,093 | |
| Oposición Vox > Odio Sánchez Sí/No | -0,013**(0,004) | -0,155 | -0,155 | |
| Papel Vox > Odio Sánchez Sí/No | 0,012**(0,004) | 0,136 | 0,136 | |
| Ansiedad > Odio Sánchez Sí/No | 0,183***(0,023) | 0,611 | 0,611 | |
| Atributos Sánchez > Odio Sánchez Sí/No | | 0,185 | | 0,185 |
| NFI | | 0,967 | | |
| CFI | | 0,978 | | |
| RMSEA(p) | | 0,045(0,900) | | |
| R² | | 26% | | |

Fuente: Elaboración propia a partir del EPEGE Nov. 2019 (EIP-USC).

*** $p \leq 0,001$

** $p \leq 0,01$

* $p \leq 0,05$

+ $p \leq 0,1$

Tabla 4. Modelo de explicación del miedo hacia Pedro Sánchez.

| Variables predictoras | β (S.E.) | Efectos totales estandarizados | Efectos directos estandarizados | Efectos indirectos estandarizados |
|--|------------------|--------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|
| Coalición > Ley de Memoria Histórica Vox | -0,412***(0,018) | -0,527 | -0,527 | |
| Identificación partidista PP > Miedo Sánchez Sí/No | 0,081*(0,033) | 0,069 | 0,069 | |

| Variables predictoras | β(S.E.) | Efectos totales estandarizados | Efectos directos estandarizados | Efectos indirectos estandarizados |
|---|---------------------------------|---------------------------------------|--|--|
| Identificación partidista Vox > Miedo Sánchez Sí/No | 0,252***(0,047) | 0,157 | 0,157 | |
| Política complicada > Miedo Sánchez Sí/No | -0,007**(0,003) | -0,059 | -0,059 | |
| Aversión > Sánchez odio (0-5) | 0,737***(0,066) | 0,581 | 0,581 | |
| Aversión > Sánchez resentimiento (0-5) | 0,633***(0,068) | 0,385 | 0,385 | |
| Aversión > Sánchez amargura (0-5) | 1,000 | 0,653 | 0,653 | |
| Aversión > Sánchez desprecio (0-5) | 1,561***(0,111) | 0,820 | 0,820 | |
| RRSS información > Miedo Sánchez Sí/No | 0,179***(0,012) | 0,572 | 0,572 | |
| RRSS participación > Miedo Sánchez Sí/No | -0,237***(0,02) | -0,726 | -0,726 | |
| Oposición PP > Miedo Sánchez Sí/No | 0,018**(0,006) | 0,098 | 0,098 | |
| Oposición Vox > Miedo Sánchez Sí/No | 0,038***(0,006) | 0,228 | 0,228 | |
| Oposición C's > Miedo Sánchez Sí/No | -0,031***(0,006) | -0,166 | -0,166 | |
| Ley LGTBI Vox > Miedo Sánchez Sí/No | -0,066***(0,008) | -0,328 | -0,328 | |
| Ley de Memoria Histórica Vox > Miedo Sánchez Sí/No | 0,060***(0,007) | 0,381 | 0,381 | |
| Aversión > Miedo Sánchez Sí/No | 0,202***(0,023) | 0,355 | 0,355 | |
| Investidura > Miedo Sánchez Sí/No | 0,039***(0,006) | 0,317 | 0,317 | |
| Interés campaña > Miedo Sánchez Sí/No | 0,076***(0,007) | 0,292 | 0,292 | |
| Valoración Rivera > Miedo Sánchez Sí/No | 0,022***(0,005) | 0,137 | 0,137 | |
| Valoración Abascal > Miedo Sánchez Sí/No | -0,062***(0,006) | -0,424 | -0,424 | |
| Coalición > Miedo Sánchez Sí/No | -0,070***(0,006) | -0,778 | -0,577 | -0,201 |
| NFI | | 0,970 | | |
| CFI | | 0,979 | | |
| RMSEA(p) | | 0,047(0,818) | | |
| R² | | 57% | | |

Fuente: Elaboración propia a partir del EPEGE Nov. 2019 (EIP-USC).

*** $p \leq 0,001$

** $p \leq 0,01$

* $p \leq 0,05$ + $p \leq 0,1$

Tabla 5. Modelo de explicación del odio hacia Pablo Casado.

| VARIABLES PREDICTORAS | β (S.E.) | Efectos totales estandarizados | Efectos directos estandarizados | Efectos indirectos estandarizados |
|--|------------------|--------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|
| Ideología > Integración UE | -0,172***(0,042) | -0,130 | -0,130 | |
| Atributos Casado > Valoración Casado | 0,897***(0,026) | 0,851 | 0,851 | |
| Situación política España futuro > Valoración Iglesias | 0,548***(0,028) | 0,529 | 0,529 | |
| Situación política España futuro > Odio Casado Sí/No | 0,006*(0,003) | 0,131 | 0,081 | 0,051 |
| Mejor informado/a > Odio Casado Sí/No | 0,008***(0,002) | 0,109 | 0,109 | |
| Valoración Casado > Odio Casado Sí/No | -0,008***(0,003) | -0,099 | -0,099 | |
| Ansiedad Abascal > Abascal asco (0-5) | 1,000 | 0,502 | 0,502 | |
| Ansiedad Abascal > Abascal preocupación (0-5) | 2,063***(0,166) | 0,789 | 0,789 | |
| Ansiedad Abascal > Abascal enfado (0-5) | 1,723***(0,138) | 0,680 | 0,680 | |
| Ansiedad Abascal > Abascal ansiedad (0-5) | 1,077***(0,109) | 0,572 | 0,572 | |
| Ansiedad Abascal > Abascal miedo (0-5) | 1,978***(0,158) | 0,764 | 0,764 | |
| RRSS información > Odio Casado Sí/No | 0,051***(0,005) | 0,281 | 0,281 | |
| Atributos Casado > Carisma | 0,963***(0,046) | 0,824 | 0,824 | |
| Atributos Casado > Eficacia | 1,000 | 0,922 | 0,922 | |
| Atributos Casado > Recursos | 0,948***(0,024) | 0,855 | 0,855 | |
| Investidura > Odio Casado Sí/No | -0,010***(0,003) | -0,165 | -0,165 | |
| Identidad partidista UP > Odio Casado Sí/No | -0,043*(0,018) | -0,075 | -0,075 | |
| Ansiedad Abascal > Odio Casado Sí/No | 0,065***(0,009) | 0,304 | 0,304 | |
| Integración UE > Odio Casado Sí/No | -0,007***(0,002) | -0,095 | -0,095 | |
| Instituciones > Odio Casado Sí/No | -0,007***(0,002) | -0,090 | -0,090 | |
| Valoración Iglesias > Odio Casado Sí/No | 0,006*(0,003) | 0,096 | 0,096 | |

| VARIABLES PREDICTORAS | β (S.E.) | Efectos totales estandarizados | Efectos directos estandarizados | Efectos indirectos estandarizados |
|-------------------------------|---------------------|--------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|
| Atributos > Odio Casado Sí/No | | -0,085 | | -0,085 |
| Ideología > Odio Casado Sí/No | | 0,012 | | 0,012 |
| NFI | 0,953 | | | |
| CFI | 0,967 | | | |
| RMSEA(p) | 0,047(0,768) | | | |
| R² | 22% | | | |

Fuente: Elaboración propia a partir del EPEGE Nov. 2019 (EIP-USC).

*** $p \leq 0,001$

** $p \leq 0,01$

* $p \leq 0,05$

+ $p \leq 0,1$

Tabla 6. Modelo de explicación del miedo hacia Pablo Casado.

| VARIABLES PREDICTORAS | β (S.E.) | Efectos totales estandarizados | Efectos directos estandarizados | Efectos indirectos estandarizados |
|--|------------------|--------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|
| Desafección > Interés política | -0,450***(0,029) | -0,445 | -0,445 | |
| Ideología > Valoración Casado | 0,397***(0,034) | 0,348 | 0,348 | |
| Interés política > RRSS participación | 0,211***(0,009) | 0,604 | 0,604 | |
| Desafección > Interés campaña | -0,081***(0,017) | -0,343 | -0,147 | -0,196 |
| Interés política > Interés campaña | 0,240***(0,017) | 0,440 | 0,440 | |
| Desafección > Coalición | -0,210***(0,036) | -0,174 | -0,174 | |
| Oposición C's > Miedo Casado (0-5) | -0,014*(0,006) | -0,079 | -0,079 | |
| Mejor informado/a > Miedo Casado (0-5) | 0,019***(0,005) | 0,130 | 0,130 | |
| Aversión Abascal > Abascal odio (0-5) | 1,000 | 0,782 | 0,782 | |
| Aversión Abascal > Abascal desprecio (0-5) | 1,429***(0,143) | 0,819 | 0,819 | |
| Aversión Abascal > Abascal resentimiento (0-5) | 0,507***(0,084) | 0,472 | 0,472 | |
| Aversión Abascal > Abascal amargura (0-5) | 0,675***(0,092) | 0,574 | 0,574 | |
| Poder-interés >> Miedo Casado (0-5) | -0,010*(0,004) | -0,081 | -0,081 | |
| Política complicada > Miedo Casado (0-5) | 0,009*(0,004) | 0,077 | 0,077 | |
| Valoración Casado > Miedo Casado (0-5) | -0,020***(0,006) | -0,116 | -0,116 | |

| Variables predictoras | β(S.E.) | Efectos totales estandarizados | Efectos directos estandarizados | Efectos indirectos estandarizados |
|---|---------------------------------|---------------------------------------|--|--|
| Coalición > Miedo Casado (0-5) | 0,023***(0,003) | 0,206 | 0,206 | |
| Aversión Abascal > Miedo Casado (0-5) | 0,076***(0,014) | 0,221 | 0,221 | |
| Frecuencia prensa > Miedo Casado (0-5) | 0,011*(0,005) | 0,069 | 0,069 | |
| RRSS participación > Miedo Casado (0-5) | -0,059***(0,012) | -0,151 | -0,151 | |
| Interés campaña > Miedo Casado (0-5) | 0,021**(0,008) | 0,084 | 0,084 | |
| Desafección > RRSS participación | | -0,269 | | -0,269 |
| Desafección > Miedo Casado (0-5) | | -0,024 | | -0,024 |
| Ideología > Miedo Casado (0-5) | | -0,040 | | -0,040 |
| Interés política > Miedo Casado (0-5) | | -0,055 | | -0,055 |
| NFI | | 0,944 | | |
| CFI | | 0,962 | | |
| RMSEA(p) | | 0,044(0,923) | | |
| R² | | 21% | | |

Fuente: Elaboración propia a partir del EPEGE Nov. 2019 (EIP-USC).

*** $p \leq 0,001$

** $p \leq 0,01$

* $p \leq 0,05$

+ $p \leq 0,1$