

Psicología Política del Comportamiento de Voto: la elección presidencial 2011 en Argentina

Political Psychology of Voting Behavior:
2011 presidential election in Argentina

Psicologia Política do Comportamento Eleitoral:
a eleição presidencial de 2011 na Argentina

Psychologie politique du comportement électoral:
l'élection présidentielle de 2011 en Argentine

Silvina Brussino ★
brussino9@gmail.com

Daniela Alonso ★★
alonsodaniela@conicet.gov.ar

Matías Dreizik ★★★
matiasdreizik@gmail.com

★ Doutora em Psicologia. Pesquisadora na Carreira de Pesquisador Científico e Tecnológico do CONICET. Professora Titular de la Cátedra de Psicología Social y Seminario Psicología Política, Directora da Equipe de Psicología Política e do Laboratório de Psicología Cognitiva da Faculdade de Psicología da Universidade Nacional de Córdoba, Córdoba, Argentina. Atualmente é Secretária Geral da Associação Ibero-Latinoamericana de Psicología Política.

★★ Doutoranda em Psicologia, pesquisadora da Equipe de Psicología Política e do Laboratório de Psicología Cognitiva da Faculdade de Psicología da Universidade Nacional de Córdoba, Córdoba, Argentina. Bolsista do CONICET, Argentina.

★★★ Pesquisadora da Equipe de Psicología Política e do Laboratório de Psicología Cognitiva da Faculdade de Psicología e doutorando, com bolsa da SECYT-UNC, em Estudos Sociais da América Latina no Centro de Estudos Avançados da Universidade Nacional de Córdoba, Argentina. Atualmente é Secretário de Estudantes da Associação Ibero-Latinoamericana de Psicología Política.

Resumen

Con el interés de analizar la intención de voto de los ciudadanos de Córdoba, Argentina, la presente investigación tuvo como objetivo principal la comparación de las variables: ideología política, autoritarismo, clima socio emocional, confianza institucional, intensidad afectiva, eficacia política, interés y conocimiento político en grupos de ciudadanos definidos según su intención de voto a los candidatos presidenciales, en las elecciones realizadas en Octubre del 2011. El estudio se realizó con una muestra cuotificada de 350 ciudadanos entre 18 y 65 años de edad. Los resultados mostraron diferencias significativas en relación con las distintas variables estudiadas, en los grupos identificados de acuerdo a su opción electoral.

Palabras clave

Participación política, Comportamiento de Voto, Psicología Política, Cultura Política, Ciudadanía.

Brussino, Silvina., Alonso, Daniela., & Dreizik, Matías. (2013). Psicología Política del Comportamiento de Voto: la elección presidencial 2011 en Argentina. *Psicología Política*, 13(28), 453-470.

Abstract

With the interest of analyze the voting intentions of citizens of Cordoba, Argentina, the present study aimed to compare the main variables: political ideology, authoritarianism, social-emotional climate, institutional trust, affective intensity, political efficacy, political interest and political knowledge of citizens groups defined according to their intention to vote for presidential candidates in the elections held in October 2011. This study was conducted with a sample of 350 people between 18 and 65 years old. The results showed significant differences in relation to the different variables studied in the groups identified according to their electoral choice.

Keywords

Political Participation, Voting Behavior, Political Psychology, Political Culture, Citizenship.

Resumo

O presente trabalho tem por objetivo analisar a intenção de voto dos cidadãos de Córdoba, Argentina, focalizando na comparação das variáveis: ideologia política, autoritarismo, clima socioemocional, confiança institucional, intensidade afetiva, eficácia política, interesse e conhecimento político em grupos de cidadãos definidos segundo a sua intenção de voto aos candidatos presidenciais, nas eleições do Outubro de 2011. A pesquisa foi feita com uma amostra quantificada de 350 pessoas de 18 a 65 anos de idade. Os resultados mostraram diferenças significativas na relação com as distintas variáveis estudadas, nos grupos identificados de acordo com a sua opção eleitoral.

Palavras-chave

Participação política, Comportamento de Voto, Psicologia Política, Cultura Política, Cidadania.

Résumé

Avec l'intérêt de l'analyse des intentions de vote des citoyens de Cordoba, en Argentine, la présente étude visait à comparer les principales variables: l'idéologie politique, l'autoritarisme, le climat socio-affectif, la confiance institutionnelle, l'intensité affective, l'efficacité politique, l'intérêt politique et la connaissance politique de des groupes de citoyens définis en fonction de leur intention de voter pour les candidats à l'élection présidentielle tenue en Octobre 2011. Cette étude a été menée auprès d'un échantillon de 350 personnes entre 18 et 65 ans. Les résultats ont montré des différences significatives par rapport aux différentes variables étudiées dans les groupes identifiés en fonction de leur choix électoral.

Mots clés

Participation politique, Vote Comportement, Psychologie politique, Culture politique, Citoyenneté.

Introducción

Las elecciones presidenciales de 2011 en Argentina, se dan en medio de un nuevo ciclo político, donde se vuelve a consolidar el liderazgo de Cristina Fernández de Kirchner (en adelante CFK), luego de la derrota del Kirchnerismo en las elecciones legislativas de 2009. En este sentido, Catterberg y Palanza (2012) sostienen que el inesperado fallecimiento de Néstor Kirchner, sumado a la expansión de la economía y a la fragmentación de la oposición, fueron protagonistas de la recuperación política de CFK. Así, las elecciones presidenciales se dan luego de unas elecciones primarias donde CFK recuperó el apoyo de la ciudadanía, con el 50,24% de los votos. Sin embargo, si bien en el territorio nacional la diferencia de CFK respecto de la segunda fuerza supera los 40 puntos, en Córdoba esta distancia es mucho menor (14 puntos entre la actual presidenta y la segunda fuerza, liderada por Hermes Binner¹). En este contexto, resulta interesante examinar las características diferenciales de los votantes de Córdoba, en función de una serie de variables psico-sociales que han sido objeto de estudio de la psicología política en relación al comportamiento de electoral.

Si bien la psicología política ha realizado aportes significativos a la explicación de la participación política en general y del comportamiento de voto en particular, gran parte de las investigaciones en el área se desarrollan en el contexto de democracias donde el voto no es obligatorio, orientándose principalmente a investigar las razones que explican la participación electoral, más que las preferencias electorales en sí mismas. En Argentina, según la ley Sáenz Peña, el voto es universal, secreto y obligatorio y, además, y probablemente por este carácter obligatorio, es la forma más frecuente de participación política (Brussino, Rabbia & Sorribas, 2008). En este sentido, mientras la participación electoral oscila entre un 75 y un 80% del padrón electoral², este porcentaje decae abruptamente cuando se examinan comportamientos políticos que requieren mayor implicación. Por ejemplo, Sorribas (2012) en una muestra de cordobeses (AR) encuentra que los porcentajes de participación oscilan entre el 18 y el 35% en acciones distintas al voto. En consecuencia, las investigaciones en contextos como el argentino se han orientado más a describir el comportamiento de voto, antes que en examinar por qué las personas votan. Así, resulta relevante la comprensión del comportamiento electoral, como un proceso de toma de decisión complejo, relacionado a creencias, los potenciales resultados asociados a ellas y valores o preferencias (Lau, 2003).

Una de las variables más estudiadas desde la psicología política en relación a la conducta de voto es la *Ideología Política*. Desde esta perspectiva, puede ser entendida como un heurístico o “atajo informativo” que permite a los ciudadanos simplificar e interpretar el entramado político (Brussino, Rabbia, Imhoff & Paz García; 2011; Fraile, 2007). Tradicionalmente, esta variable ha sido conceptualizada desde el auto-posicionamiento en una escala de izquierda-derecha o progresista-conservador (Boyle, Schmierbach, & McLeod, 2007; Huber, 2006). En este sentido, distintos estudios han encontrado que este aspecto tiene alguna influencia en el comportamiento de voto (De Souza Carreirao, 2002; González & Darias, 1998; Jost, 2006; Ortega & Montabes, 2011; Tagina, 2010). Sin embargo, y si bien estas categorías continúan vigentes como heurístico político, este constructo podría plantear algunos problemas. Estudios recientes (Lloret, Lledó, Nieto & Aldeguer, 2009) confirman que

¹ Fuente: <http://www.elecciones.gov.ar/estadistica/resultados_nacionales_2011.htm>.

² Fuente: Dirección Nacional Electoral: <<http://www.elecciones.gov.ar/estadistica/estadistica.htm>>.

la coherencia entre ideología e identificación partidaria tiende a ser moderadamente baja y, además, las categorías cognitivas que los individuos asocian a estas nociones, pueden ser heterogéneas y diferentes a la conceptualización dada por la literatura científica (Zechmeister, 2006). En relación a esto, algunos autores sostienen que las actitudes sobre asuntos sociales o culturales son distintas a las que conciernen a asuntos económicos, por lo que un modelo unidimensional izquierda-derecha de la ideología política, resultaría insuficiente (Duckitt, Wagner, du Plessis, & Birum, 2002; Feldman & Jhonston, 2009).

Por otra parte, algunos autores han mencionado a la identificación partidaria como el componente más *afectivo* de la ideología política (Llopis Goig, 2006) y, a la vez, como una de las variables de mayor poder explicativo del comportamiento electoral. Sin embargo, otros cuestionan su relevancia en sistemas políticos multipartidistas y en los que los ciudadanos muestran menor lealtad partidista, con la consiguiente inestabilidad en sus preferencias partidarias (Ortega & Montabes, 2011). En el caso de Argentina, se trata de un sistema multipartidista, con partidos poco institucionalizados y poco estables (Llamazares & Sandell, 2001). Albala y Parra (2011), identifican dos partidos tradicionales (PJ y UCR) y una multiplicidad de fuerzas políticas, muchas surgidas en las provincias, que suelen tener dificultades para consolidarse a nivel nacional. Además, existe una desafección creciente a las fuerzas partidarias, que dificulta la identificación con los partidos políticos (Tagina, 2011) y una orientación personalista del sistema de partidos, sin una clara identificación ideológica que, sumado al uso de “alianzas electorales”, no permite ubicarlos directamente en el espectro izquierda/derecha (Albala & Parra, 2011). Así, aún los dos partidos tradicionales dominantes, no manifiestan una clara diferenciación ideológica (Llamazares & Sandells, 2001).

En consecuencia, no resultaría pertinente en este contexto, identificar la ideología con auto-posicionamiento ideológico (por su carácter multidimensional), ni con la identificación partidaria. De este modo, se retoma en este artículo un abordaje multidimensional de la ideología política, que realiza una aproximación compleja del constructo a través de posicionamientos actitudinales respecto a temas particulares que resultan relevantes dentro de un contexto socio-político determinado (Ellis & Stimson, 2005). Esto es consistente con una aproximación multidimensional de la ideología que, además, puede no ser coherente en relación al auto-posicionamiento en términos de izquierda y derecha.

Relacionada a la ideología política, otra variable que se ha estudiado en relación al comportamiento de voto es el *Autoritarismo*. Según Duriez, Van Hiel y Kossowska (2005), esta variable frecuentemente se relaciona a ideologías conservadoras y refiere a la derecha; caracterizándose, además, por una fuerte adherencia a normas y valores convencionales, una sujeción acrítica a la autoridad y sentimientos de agresión hacia quienes no se ajustan a las normas. Además, algunos autores la entienden como una característica de personalidad, mientras que otros la conceptualizan en términos de actitudes sociales y creencias de naturaleza ideológica (Duckitt, 2001). En función de estas definiciones, es esperable que el autoritarismo se relacione a la elección de candidatos más conservadores.

Por otra parte, la *Eficacia Política* ha sido ampliamente estudiada en relación al tema que nos ocupa, diferenciando la eficacia política interna, que implica la capacidad auto-percibida de participación y competencia en asuntos políticos; de la eficacia política externa, que refiere a la percepción de la capacidad del gobierno y las instituciones políticas de dar respuesta a la intención del ciudadano de influir en aspectos gubernamentales (Brussino & Rabbia, 2007; Kahne & Westheimer, 2006). Distintos estudios han probado que la eficacia política tiene un

impacto significativo y positivo sobre la participación política y social en general (Velásquez, Martínez & Cumsille, 2004) y sobre el comportamiento de voto en particular (Michelson, 2000; Southwell & Everest, 1992; Wollman & Stouder, 1991). Otros autores (Kahne & Westheimer, 2006) sostienen que algunas formas de participación política, como las protestas, son promovidas por una alta eficacia interna y una baja eficacia externa. En el caso del comportamiento electoral, los antecedentes señalan que la eficacia política externa sería un mejor predictor del voto que la eficacia política interna. Esto es esperable, teniendo en cuenta que votar es la forma de elección de los representantes de gobierno. Asimismo, Michelson (2000) señala que el impacto de la eficacia política externa en el comportamiento electoral podría ser más relevante para quienes creen que su voto puede influir en el resultado (voto instrumental), que para aquellos que votan principalmente porque es un deber cívico o para expresar una opinión.

Otras variables consideradas en la literatura son el *Interés* y el *Conocimiento Político*, ambas se encuentran frecuentemente asociadas y tienen un rol en el comportamiento electoral. Britt (2003) sostiene que las personas comprometidas políticamente tienden a preocuparse por el resultado de la elección y dedican tiempo a mirar los debates por la televisión, indicativo de interés en la elección. Además, Freedman, Franz y Goldstein (2004) muestran que las personas con mayor exposición a la publicidad de campaña están más interesadas en la elección, es más probable que voten y tienen más conocimiento sobre los candidatos. Así pues, el interés y la motivación en la política constituirían factores determinantes en el nivel de conocimiento político que alcanzan. Sulmont (2007) afirma que el conocimiento político es uno de los recursos principales que permite a los ciudadanos su participación en la toma de decisiones en sociedades democráticas. El conocimiento incluye: *“conocimiento sobre el sistema político, cómo está estructurado, cómo funciona, quiénes son los principales actores protagonistas, y qué es lo que éstos hacen.”* (Fraile, 2007:45). En este sentido, Mondak, Carmine, Huckfeldt, Mitchell y Schraufnagel (2007) encuentran relación entre los diferentes niveles de conocimiento y las actitudes hacia las figuras políticas como el presidente o el congreso. Respecto a ello, Krampen (2000) señala que esta variable tiene un alto nivel de predicción de la implicación política y discriminaría entre poblaciones y no votantes.

Finalmente, una serie de estudios destacan la importancia de los *Estados Emocionales* como influencias relevantes en las actitudes y en el procesamiento de la información política (Hunt, Ergun & Federico, 2008). Algunos autores sostienen que las emociones tienen un rol más significativo en contextos en los cuales las personas carecen de conocimiento sobre un tema específico, puesto que constituyen la fuente más accesible de información en la que ellas basan sus actitudes (Delli Carpini & Keeter, 1996 citado en Hunt e col., 2008). Estos autores, sostienen que las personas utilizan reacciones emocionales a acontecimientos políticos como heurístico para determinar sus actitudes políticas. Así, la utilización de las emociones en la toma de decisiones políticas actuaría como facilitadora del procesamiento cognitivo (Marcus & MacKuen, 1993). Es más, aunque en ciertas situaciones la toma de decisión es intencionalmente racional, mucho más a menudo se toman decisiones automática o semi-automáticamente sin consideración consciente (Lodge & Taber, 2005). Además, las emociones no solo intervienen en dimensiones cognitivas como las actitudes, sino también en uno de los aspectos motivacionales de la política como es el interés en la política. Ésta conforma la dimensión vinculación política en el proceso de toma de decisión política.

Respecto de las variables de psico-sociales relacionadas a la percepción del *contexto* que pueden influir sobre el comportamiento electoral, se considera en este estudio la **Confianza Institucional**. Sautu y Perugorria (2007 citado en Plotno, Krause & Lederman 2009:161) la definen como “una creencia generalizada u orientación de valor enraizada en estándares evaluativos de competencia técnica y ética”. Diversos estudios sostienen que existe una tendencia a la desconfianza institucional, en los partidos políticos y funcionarios públicos (Inglehart & Norris, 2004), tendencia que se replica en Argentina (Benbenaste, Delfino & Zubieta. 2005). Por otra parte, en Canadá, Belanger y Nadeau (2002) encuentran que la desconfianza política puede influir en las elecciones. En su estudio, los votantes que manifestaban mayor desconfianza solían inclinarse hacia partidos minoritarios y/o no tradicionales, dado que estos funcionaban como una válvula para canalizar el descontento.

Una segunda variable de carácter contextual es la **Percepción de Clima Socio-emocional**, que refiere a las emociones que son percibidas en una sociedad en relación con su situación sociopolítica, en condiciones relativamente estables (Zubieta, Delfino & Fernández, 2008). Específicamente, dado que las reacciones e interacciones sociales se encuentran cargadas afectivamente, que predominan durante un determinado período sociopolítico e impregnan las relaciones sociales, cada sociedad tiene un clima socioemocional propio que las personas asimilan desde su infancia en procesos de aprendizaje emocional (Bericat Alastuey, 2002 citado en Zubieta e col., 2008). En función de esto, la confianza o el enojo con el gobierno están condicionados por la situación social, económica y política, y por cómo los líderes políticos y los diversos agentes sociales estructuran esta situación (Zubieta e col., 2008). Para estos autores, en determinados climas socioemocionales, las personas experimentan diferentes emociones ante los objetos sociales como los grupos, las relaciones entre grupos y las instituciones. Así, es posible que la percepción de clima socio-emocional afecte las actitudes hacia los candidatos, más aún teniendo en cuenta que se trata de una elección donde la actual presidencia se postula a una reelección. En este sentido, Tagina (2010) destacaba que, aspectos relacionados a la percepción del contexto económico (dimensión de percepción de clima socio-emocional), además de la valoración sobre el desempeño del gobierno, tenían un impacto mayor en la decisión de voto cuando un candidato se postulaba a la reelección que cuando el oficialismo presentaba otro candidato.

En síntesis, a partir de los antecedentes relevados se puede apreciar cómo determinadas dimensiones psicosociales se relacionan con el comportamiento de voto. EN consecuencia, el presente estudio, tiene como **objetivo principal** analizar las relaciones entre cada una de las variables estudiadas con la intención de voto en el ámbito local. Es decir, estudiar la relación de las actitudes políticas, la intensidad afectiva, el interés político, el conocimiento político, la percepción de clima socioemocional, la confianza en las instituciones con la intención de voto de personas mayores de 18 años de la ciudad de Córdoba en un periodo previo a las elecciones presidenciales de 2011.

Método

Participantes

Para la selección de los participantes se utilizó un muestreo no aleatorio por cuotas (Lohr, 2000) de edad, sexo y nivel socio-económico (en adelante = NSE), según proporciones

estimadas por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). La muestra estuvo integrada por 350 participantes con edades entre 18 y 65 años de la ciudad de Córdoba (18-24 años = 23,3%, 25-29 años = 16,7%, 30-39 años = 22,5%, 40-49 años = 15,5% y 50-65 años = 22,1%). El 51% fueron mujeres. El 51,6% pertenecían a NSE medio típico, medio superior y alto, el 24,4% al nivel bajo superior, el 14% a bajo inferior y el 10% a nivel marginal.

Instrumentos

Variabes Socio Demográficas: para evaluar la edad, sexo, NSE y nivel educativo, se construyeron preguntas cerradas de alternativa fija. El NSE se midió a través de un índice que contempla la relación entre cantidad de personas que aportan ingresos y miembros del hogar, nivel educativo del principal sostén del hogar, su ocupación, cobertura de salud e indicadores de indigencia (Comisión de Enlace Institucional, AAM-SAIMO-CEIM, 2006). El nivel educativo se operacionalizó según nivel de estudios completado.

Ideología Política: se evaluó a través de una escala que consta de 23 ítems situacionales sobre tópicos específicos (política social, economía, sexualidad, drogas, etc.) en función del eje intervención – no intervención del Estado. A partir del análisis estructural se observan 3 sub-escalas que explican el 53% de la varianza ($KMO = ,84$ $p < ,000$): Conservadurismo con 12 ítems (21,18% de la varianza), Progresismo multiculturalista y garantista con 7 ítems (15,34% de la varianza) y Progresismo moral con 4 ítems (6,37% de la varianza). Cada ítem es respondido de acuerdo a una escala de cinco puntos, donde 1 = nada de acuerdo y 5 = totalmente de acuerdo. Las tres escalas presentaron valores adecuados de fiabilidad (Conservadurismo $\alpha ,83$, Progresismo multiculturalista y garantista $\alpha ,77$, y Progresismo moral $\alpha ,70$).

Autoritarismo: se tomó la escala de Autoritarismo del instrumento de Actitudes Políticas elaborado por González, Manzi y Cortés (2005). Esta escala valora los fenómenos sociales basados en el recurso a la autoridad antes que en la libertad y el ejercicio del diálogo. Consta de 6 ítems cuyas opciones de respuesta van en un rango de 1-fuertemente en desacuerdo a 5-fuertemente de acuerdo. El índice de fiabilidad alfa de Cronbach para esta escala fue de ,84

Confianza política: se construyó un instrumento que valora las orientaciones evaluativas en términos de confianza sobre los miembros de la elite, actores sociales y políticos. Se diseñaron 12 reactivos cuyas opciones de respuesta son: 1-Ninguno, 2-Algunos y 3-La mayoría. El análisis factorial exploratorio permitió identificar 3 factores que explican el 52,28% de la varianza total: un factor de Confianza en actores políticos (28,09%), Confianza en actores religiosos, militares y económicos (14,09%) y Confianza en organizaciones de Salud y Educación (10,09%) ($KMO = ,78$ $p < ,000$). Los índices Alfa de Cronbach para cada escala fueron de ,78, ,57 y ,53 respectivamente y para la escala total de ,74.

Clima socio emocional: para evaluar esta variable se aplicó el autoinforme de Clima Emocional diseñado por Páez e col. (1996) e integrado por 2 escalas: a) clima socio-emocional positivo, que consta de 7 ítems que explican el 52,7% de la varianza ($KMO = ,86$ $p < ,000$) y con fiabilidad de alfa de Cronbach de ,85; y b) clima socio-emocional negativo, con 3 ítems que explicaron el 77,4% de la varianza ($KMO = ,73$) y una fiabilidad de alfa de Cronbach de ,85. Las respuestas se presentaban en formato tipo Likert de 5 puntos.

Intensidad Afectiva hacia el sistema político: se consideraron 10 emociones básicas referidas al sistema de vigilancia y disposición de valoración emocional propuesto por

Marcus, MacKuen, Wolak y Keele (2006). La escala es una medida de auto-informe compuesta por 6 ítems-estímulo sobre distintos aspectos referidos al funcionamiento de sistema político ante los cuales la persona debe valorar su reacción emocional, de acuerdo a una escala tipo likert de 5 puntos, que va de emoción no experimentada a emoción extremadamente experimentada. El análisis factorial exploratorio arroja dos factores que explican el 76,25% de la varianza ($KMO = ,88$ $p < ,000$). En el primer factor se incluyen emociones negativas y ansiógenas (amargura, resentimiento, odio, desprecio, miedo y preocupación), y en el segundo, emociones positivas (interés, entusiasmo, esperanza, euforia). El alfa de Cronbach de la escala de intensidad afectiva positiva es de ,94 y de la de intensidad afectiva negativa es de ,89.

Conocimiento Político: se evaluó mediante la escala de Conocimiento Político y Conocimiento Cívico (Brussino, Sorribas & Medrano, 2008) que consta de 8 reactivos. Para cada ítem, el participante debió responder tratando de brindar su mejor respuesta posible. El evaluador puntuaba la respuesta utilizando una escala de 3 posiciones: correcta, parcialmente correcta o incorrecta. El puntaje de conocimiento político se obtenía a partir de la sumatoria total de la escala. La escala presentó índices satisfactorios de consistencia interna (α ,91).

Eficacia Política Interna y Externa: se valoró con la versión adaptada localmente (Brussino, Sorribas, Rabbia & Medrano, 2006) de las Escalas de Niemi, Craig y Mattei (1991), que constan de 4 ítems cada una. Las opciones de respuesta se dan en una escala tipo Lickert de 5 puntos (1 = fuertemente en desacuerdo a 5 = fuertemente de acuerdo). El Alfa de Cronbach para la escala de Eficacia Política Interna fue de ,89 y para la de Eficacia política Externa de ,92.

Interés en la Política: se construyó una escala de 6 ítems que evalúan el interés en los procesos políticos, o los resultados de tales procesos políticos (Brussino e col., 2006). Las opciones de respuesta van de 1 = fuertemente en desacuerdo a 5 = fuertemente de acuerdo. La consistencia interna de la escala resultó satisfactoria (Alfa de Cronbach = ,90).

Intención de voto: es la intención conductual de elección de alternativas de una persona ante un candidato político. Esta variable fue valorada con una pregunta de elección cerrada sobre los candidatos presidenciales. Las opciones de respuesta fueron: Alberto Rodríguez Saa, Cristina Fernández de Kirchner, Eduardo Duhalde, Elisa Carrió, Hermes Binner, Jorge Altamira, y Ricardo Alfonsín (*más información sobre los candidatos en Anexo A*).

Procedimiento y Análisis de Datos

La administración de los cuestionarios se realizó de forma individual y oral, enfatizando la naturaleza voluntaria y anónima de la participación en el estudio y todos los casos se relevaron durante cinco días previos a la contienda electoral del 23 de octubre de 2011 (17 al 22 de octubre).

Inicialmente los datos fueron sometidos a análisis exploratorios univariados. Los participantes cuya intención de voto fue Elisa Carrió fueron eliminados de los análisis de datos posteriores por no presentar la cantidad de casos suficiente (1%) para implementarlos. Posteriormente, los datos fueron analizados a través de un análisis de varianza de un solo factor (ANOVA) con grupos de tamaños desiguales, con el objeto de determinar la estimación intergrupala de la varianza indicando de esta manera si existen diferencias significativas entre los grupos. Asimismo, para verificar qué medias eran significativamente diferentes entre sí, se realizaron comparaciones post-hoc con una probabilidad de error tipo I fijado en $< ,05$.

Resultados

A los fines de analizar y caracterizar la intención de voto presidencial de los participantes del estudio, en la Tabla 1 se presentan las frecuencias correspondientes a dicha variable. Como puede apreciarse, los candidatos que mayor intención de voto tuvieron fueron Cristina Fernández de Kirchner (35,3%) y Hermes Binner (20,9%). Estos datos coinciden con los resultados definitivos de las elecciones del 23 de octubre de 2011, permitiendo mostrar una aproximación válida sobre el muestreo realizado. Asimismo, se puede destacar que, a una semana de las elecciones, el 14,3 % de los ciudadanos estaba indeciso acerca de su elección.

Tabla 1 – Frecuencias de intención de voto y resultados de las elecciones presidenciales de Argentina en la provincia de Córdoba

Agrupaciones Políticas y Candidatos	Intención de voto Muestra %	Elecciones 23 de Octubre % ¹
Cristina Fernández de Kirchner (Alianza Frente para la Victoria) ²	35,3	34,02
Hermes Juan Binner (Alianza Frente Amplio Progresista) ³	27,2	28,98
Ricardo Luis Alfonsín (Alianza Unión para el Desarrollo Social) ⁴	8,8	17,08
Alberto Rodríguez Saá (Alianza Compromiso Federal) ⁵	7,1	10,74
Jorge Altamira (Alianza Frente de Izquierda y de los Trabajadores) ⁶	3,2	3,88
Eduardo Duhalde (Alianza Frente Popular) ⁷	3,1	3,56
Elisa Carrió (Coalición Cívica – Afirmación para una República Igualitaria ARI) ⁸	1	1,74
Indecisos	14,3	

¹ Ministerio de Interior. Presidencia de la Nación Argentina

² **Cristina Fernández de Kirchner:** abogada por la Universidad Nacional de la Plata. Fue diputada provincial de Santa Cruz, senadora por la misma provincia y por la provincia de Buenos Aires y diputada nacional. Su esposo, Néstor Kirchner, fue presidente de la Nación entre 2003 y 2007; siendo ella elegida para ese cargo en 2007 (Russo, 2011). Se presenta a reelección en Octubre de 2011. Surge desde el Partido Justicialista y luego, junto a su esposo, conforman la Alianza Frente para la Victoria, que nuclea fuerzas del peronismo de centro-izquierda y de un amplio espectro que incluye a la Unión Cívica Radical.

³ **Hermes Juan Binner:** médico por la Universidad Nacional de Rosario. Militante del Partido Socialista Popular, luego transformado en el Partido Socialista, del que fue presidente. Fue secretario de salud pública de la ciudad de Rosario; intendente de la ciudad de Rosario y diputado nacional entre 2005 y 2007, donde presidió el bloque socialista. En 2007 se convirtió en gobernador de la provincia de Santa Fe, por el Frente Progresista Cívico y Social (Alianza entre el PS, la UCR y otros). Actualmente integra el Frente Amplio Progresista, auto-definido como de centro-izquierda, desde el que se postuló a las elecciones presidenciales de 2011 (Attala, 2011).

- ⁴ **Ricardo Luis Alfonsín:** abogado y maestro por la Universidad Nacional de Buenos Aires. Hijo de Raúl Alfonsín, ex presidente de la Argentina en el retorno a la democracia en 1983. Fue diputado de la Provincia de Buenos Aires, diputado nacional por la misma provincia y candidato a gobernador de ésta. Candidato a Presidente por la Unión Cívica Radical en alianza con un sector del Peronismo (Partido Unión Celeste y Blanco), conformando el frente Alianza Unión para el Desarrollo Social, identificada como de “Centro”.
- ⁵ **Alberto Rodríguez Saá:** abogado por la Universidad Nacional de Buenos Aires. Miembro del Partido Justicialista. Oriundo de San Luis, provincia por la cual fue senador nacional y de la que fue gobernador por dos periodos consecutivos. En 2011 se presenta como candidato a presidente por la Alianza Compromiso Federal, surgida desde el peronismo disidente (Partido Justicialista) que nuclea fuerzas del peronismo federal y el partido propuesta republicana (PRO), entre otras fuerzas más pequeñas.
- ⁶ **Jorge Altamira:** Fue miembro fundador y dirigente del Partido Obrero de orientación trotskista. Fue legislador de la ciudad de Buenos Aires y varias veces candidato a diputado nacional y senador. En 2011 se presenta como candidato a presidente por la Alianza Frente de Izquierda y de los Trabajadores, representando a varias fuerzas de izquierda (Partido Obrero, Partido de los Trabajadores Socialistas, Izquierda Socialista).
- ⁷ **Eduardo Duhalde:** abogado por la Universidad Nacional de Buenos Aires. Fue militante del Partido Justicialista, intendente de su ciudad natal y diputado nacional por la Provincia de Buenos Aires. Vicepresidente de la Nación durante el primer mandato de Carlos Menem, renunciando para asumir como Gobernador de la Provincia de Buenos Aires. Entre 2002 y 2003 fue presidente de la Nación por aplicación de la ley de acefalía. En las elecciones presidenciales de 2003 da su apoyo al ex presidente Néstor Kirchner, quién luego se enfrentó políticamente a él. Se presentó como candidato a presidente en 2011 por la Alianza Frente Popular, que nuclea al peronismo disidente.
- ⁸ **Elisa Carrió:** abogada por la Universidad Nacional del Nordeste (Chaco). Participó de la Unión Cívica Radical y fue diputada nacional por la Provincia de Chaco (Dillón & Gemetro, 2002) y luego con su propio partido diputada por la Ciudad de Buenos Aires (dos periodos). En 2003 fue la primera candidata a presidente mujer en la Argentina, volviéndose a presentar en 2007, cuando quedó segunda con 24% de los votos. Fundadora y Presidente del Partido Coalición Cívica-Afirmación para una República Igualitaria (ARI) hasta 2009, cuando se incorporan actores políticos y sociales que conformaban la Confederación Coalición Cívica, por el cual fue candidata a Presidente y que nuclea también un amplio espectro de fuerzas políticas, definiéndose como de “Centro-izquierda”.

Particularmente, el objetivo principal de este estudio fue comparar las variables ideología política, autoritarismo, confianza política, clima socio emocional, intensidad afectiva (positiva y negativa), conocimiento político, sentido de eficacia política (interna y externa) e interés político con la intención de voto hacia los distintos candidatos que participaron de la segunda vuelta de las elecciones presidenciales.

En función de ello, los resultados obtenidos a partir del ANOVA brindaron datos significativos en cuanto a las diferencias halladas en algunas de las variables referidas a los aspectos psicosociales y contextuales de los grupos identificados de acuerdo a la intención de elegir a diferentes candidatos en el acto eleccionario (Ver Tabla 2). Específicamente, la Ideología Política Conservadora presentó diferencias significativas en relación a los grupos, siendo $F(6) = 4,48$ con una $p < ,001$, Autoritarismo $F(6) = 2,37$ con una $p < ,05$, Clima socio emocional Positivo $F(6) = 9,22$ con una $p < ,001$, Clima socio emocional Negativo F

(6) = 2,54 con una $p < ,05$, Intensidad Afectiva Negativa $F(6) = 2,27$ con una $p < ,05$ y Eficacia Política Externa $F(6) = 5,37$ con una $p < ,001$.

Tabla 2 – Puntuaciones medias y significación de las diferencias en las variables del estudio según la intención de voto

	Intención de Voto						F
	Fernández de Kirchner	Binner	Alfonsín	Altamira	Duhalde	Rodríguez Saa	
Ideología Conservadurismo	26,41	22,93	32,44	26,5	38,83	33,00	4,48**
Ideología Progresismo multiculturalista y Garantista	29,68	28,55	28,78	29	28,17	27,00	0,49
Ideología Progresismo Moral	14,67	16,00	13,11	14,12	12,67	14,83	1,35
Autoritarismo	19,63	17,17	21,44	17,87	24,83	23,83	2,37*
Confianza Política	21,82	21,55	21,44	22,38	21,83	20	0,37
Clima Socio emocional Positivo	23,68	17,81	15,11	19,25	19,67	16,83	9,22**
Clima Socio emocional Negativo	8,66	10,00	10,44	11,75	10,50	12,17	2,54*
Intensidad Afectiva Positiva	68,50	64,46	64,78	61,88	60,17	66	0,50
Intensidad Afectiva Negativa	46,2	54,06	56	53,38	52,83	40	2,07*
Conocimiento Político	15,35	16,94	16,33	15,37	13,83	16,17	1,45
Eficacia política Interna	11,38	10,70	9,83	9,62	11,67	11,50	0,37
Eficacia Política Externa	11,87	9,31	7,39	9,00	7,00	11,17	5,37**
Interés Político	17,50	17,59	15,00	18,37	14,33	11,83	0,93

* $p \leq ,05$

** $p \leq ,001$

Además, el análisis Post-hoc arrojó diferencias estadísticamente significativas en cuanto al nivel de Ideología Política Conservadora entre los que manifestaban intención de votar a Binner vs. Alfonsín ($p < ,05$), y vs. Duhalde ($p < ,001$); de modo que los que manifiestan preferencias de voto por Alfonsín y Duhalde son más conservadores que los potenciales votantes de Binner, que presentan el menor nivel de Conservadurismo dentro de la muestra. No se encontraron diferencias significativas entre los otros grupos.

En relación con el nivel de Autoritarismo, los contrastes entre los grupos arrojaron diferencias estadísticamente significativas entre los participantes que tenían intención de votar a Binner y los que manifestaban esa intención por Duhalde ($p < ,05$). Los potenciales votantes

de Binner presentaron el menor nivel de Autoritarismo, mientras que los de Duhalde el mayor nivel. Entre los restantes grupos de votantes no se apreciaron diferencias significativas.

Por otra parte, respecto de la Eficacia Política Externa se obtuvieron diferencias estadísticamente significativas entre potenciales votantes de CFK y Alfonsín ($p < ,000$), CFK y Binner ($p < ,05$) y CFK y Duhalde ($p < ,05$). Los que manifiestan una intención de voto a favor de CFK tienen mayor creencia sobre la capacidad del gobierno de dar respuesta a su intención de influir en aspectos gubernamentales, mientras que este sentimiento disminuye en los votantes de Binner y se torna más extremo en quienes elegirían a Duhalde.

Para la variable Intensidad Afectiva Negativa, el análisis Post-hoc arrojó diferencias estadísticamente significativas entre los potenciales votantes de CFK y Binner ($p < ,05$) y entre los de CFK y Alfonsín ($p < ,05$). Los que manifestaban una intención de votar a CFK presentaban una intensidad emocional negativa menor que los potenciales votantes de Binner y Alfonsín. Estos últimos, manifiestan la mayor emocionalidad negativa.

En cuanto a la variable Clima socio emocional positivo, se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre los participantes que tenían intención de votar a CFK vs. Binner ($p < ,000$) y vs. Alfonsín ($p < ,000$). En esta línea, quienes manifestaron intención de votar a CFK presentaban una mayor percepción de clima social positivo, en tanto que esta percepción disminuía entre los que expresaron su intención de voto a favor de Binner y de Alfonsín. No hubo diferencias estadísticamente significativas entre el resto de los grupos.

Por último, el contraste entre los grupos en relación con la variable Clima socio emocional Negativo, arrojó diferencias estadísticamente significativas entre los que orientaban su intención de voto para CFK y Altamira ($p < ,05$) y entre CFK y Rodríguez Saa ($p < ,05$). Los potenciales votantes de CFK tienen la menor percepción de clima negativo, mientras que esta aumenta para los participantes que optaban por Altamira y Rodríguez Saa.

Conclusión

El comportamiento electoral y particularmente el comportamiento de voto, fue uno de los primeros repertorios de conductas políticas abordadas por los estudios de Participación Política desde la psicología política. Su importancia radica en que es fundamental para las democracias participativas. Los hallazgos de este estudio permiten aportar evidencia que apoya una conceptualización de esta acción política individual como una acción compleja y dependiente de múltiples factores psicosociales; en este caso observada a través de la intención de voto de los candidatos presidenciales del 2011.

En términos generales, y teniendo en consideración que el voto en Argentina es un comportamiento obligatorio en un sistema político multipartidista y poco institucionalizado, (Ortega & Montabes, 2011) los resultados de este estudio indican que las tradicionales variables psicosociales que predicen la implicación política (interés político, conocimiento político, eficacia política) de los ciudadanos y que a su vez los dota de los recursos necesarios para su participación en la toma de decisiones políticas (Kahne & Westheimer, 2006; Britt, 2003, Mondak e col. 2007), no resultarían predictivas de la intención del voto en este contexto político. En este sentido y en concordancia con lo plantado por Krampen (2000), es posible pensar que estas variables tendrían un mayor poder discriminativo entre votantes y no votantes cuando el comportamiento electoral no es obligatorio y depende en gran medida del nivel de implicación política de la ciudadanía.

Por otra parte, los resultados permiten apreciar que hay otras variables psicosociales que se contemplaron en el estudio y que poseen mayor capacidad diferenciadora entre las distintas intenciones de voto analizadas. Específicamente, la ideología política, operacionalizada en este estudio desde una perspectiva multidimensional, resulta discriminativa de las intenciones de voto. Cabe consignar que se optó por esta variable y no por la identificación partidaria, dado el carácter escasamente discriminativo que ofrece la identificación partidaria en un sistema como el nuestro, caracterizado por el multipartidismo y con poca estabilidad de los partidos y alianzas electorales (Albala & Parra, 2011; Llamazares & Sandells, 2001; Tagina, 2011). En función ello, la Ideología Política y particularmente el nivel de conservadurismo permitió diferenciar significativamente las intenciones de voto hacia los candidatos que no obtuvieron la mayoría electoral como Binner, Alfonsín y Duhalde, pero representan posiciones ideológicas un tanto más claras respecto del eje conservador. El candidato Binner, por la alianza Frente Amplio Progresista, de manera consistente resultó elegido por ciudadanos menos conservadores que los que optaron por los candidatos Alfonsín de la Unión Cívica Radical y Duhalde del partido Unión Popular. Para la variable autoritarismo, los resultados se dieron en el mismo sentido, resultaron menos autoritarios quienes optaron por Binner que aquellos que optaron por Duhalde. Cabe mencionar que el autoritarismo es una variable asociada a la ideología política, dado que se asocia a las ideologías conservadoras y refiere a las expresiones políticas de derecha (Duriez e col. 2005). Así, Binner resultó elegido por los ciudadanos con menor nivel de conservadurismo y menor nivel de autoritarismo de toda la muestra, en tanto el candidato Duhalde por los más conservadores y autoritarios.

Otra dimensión psicosocial que resultó discriminativa de la intención de voto presidencial en la contienda electoral de 2011, fueron las variables que refieren a estados emocionales y las creencias de eficacia política externa. Por un lado, la eficacia política externa presentó diferencias significativas entre el grupo que optó por CFK, quien resultó reelecta presidenta y los grupos que optaron por Duhalde, Alfonsín y Binner; manifestando una mayor creencia en la capacidad de la primera para dar respuestas a la intención del ciudadano de influir en aspectos gubernamentales (Tagina, 2010). En este sentido, los resultados coinciden con los aportados por antecedentes previos que indican que la eficacia política externa es un mejor predictor del voto que la eficacia política interna (Michelson, 2000; Southwell & Everest, 1992); en tanto se cree en el valor instrumental del voto y en que este puede influir en el resultado de la elección (Fraile, 2007).

Por otra parte, la variable Intensidad Afectiva Negativa ante el sistema político permitió diferenciar a los potenciales votantes de CFK, de los grupos que eligieron a los candidatos Binner y Alfonsín. Los ciudadanos que optaron por CFK tuvieron el menor nivel de intensidad afectiva negativa, mientras que los que optaron por Binner y Alfonsín los mayores niveles. Tal como lo indican estudios referenciados (Hunt e col. 2008), los estados emocionales son dimensiones muy influyentes en las actitudes y en el procesamiento de la información política. Particularmente, cuando el comportamiento político en cuestión no es voluntario, ni se encuentra asociado a una alta implicación política. En este sentido, se señala que las personas utilizan los estados emocionales positivos o negativos para tomar decisiones políticas dado que estos estados emocionales funcionarían como un heurístico que facilita y simplifica la elección (Marcus & MacKuen, 1998). Asimismo, con relación a la dimensión emocional, resultaron significativas las diferencias encontradas en relación con la valoración del contexto sociopolítico como son el Clima Socio emocional Positivo y Negativo. Aquellos que manifestaron intención de votar a CFK tuvieron la mayor percepción de clima socio

emocional positivo sobre el estado actual y futuro de la sociedad Argentina, en tanto los que optaron por el candidato Binner y Alfonsín los menores niveles de valoración socio emocional positiva. En contraposición, los que optaron por CFK tuvieron la menor percepción de clima socio emocional negativo; siendo los grupos de ciudadanos que optaron por los candidatos Altamira del Frente de Izquierda y de los Trabajadores y Rodríguez Saa de la alianza Compromiso Federal los que presentaron los mayores niveles de emocionalidad negativa. Cabe destacar que el clima socioemocional positivo orientó los votos hacia la candidata que se postulaba a la reelección, indicando tal como lo plantean Zubieta e col.(2008), que la confianza en el gobierno está condicionada por la situación social, económica y por cómo los líderes políticos u actores de la sociedad civil estructuran esa situación. Asimismo, Tagina (2010) sostiene que la percepción del contexto económico, que es una de las dimensiones del clima socioemocional, tiene un impacto mayor cuando el candidato se presenta a la reelección, como en el caso de CFK. Por otra parte, la representación de un clima socio emocional negativo orientó las elecciones hacia partidos minoritarios y que tenían baja intención de voto (Bélanger & Nadeau, 2002).

Tomados en conjunto, los resultados brindados por el presente estudio demuestran la necesidad de considerar analíticamente una serie de factores psicosociales y relativos al contexto socio-afectivo en el que se enmarca la contienda electoral, a los fines de mejorar la comprensión del comportamiento de voto de la ciudadanía; particularmente cuando este comportamiento político es obligatorio, lo cual torna más complejo el rol que juegan las variables tradicionales de implicación política. Finalmente, estos resultados sugieren la presencia de factores que condicionan las elecciones de la ciudadanía, lo cual abre el camino para una interesante profundización del valor explicativo de este conjunto de variables en futuras investigaciones.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albala, Adrián., & Parra, Esther. (2011). ¿Nuevos actores, nuevas prácticas? Los casos de reordenamiento de los bipartidismos en Argentina, Colombia y Uruguay, desde los años 80. *Institut de Ciències Polítiques i Socials*, 299, 1-27.
- Attala, Daniel. (2011). *Hermes Binner. Primer gobernador socialista de la Argentina. Diálogos*. Buenos Aires: Losada.
- Belanger, Eric., & Nadeau, Richard. (2002). Political Trust and the vote in multiparty elections. Trabajo Presentado en la reunión anual de la American Political Science Association, Boston, 29 de Agosto-1 de Septiembre.
- Benbenaste, Narciso., Delfino, Gisela., & Zubieta, Elena. (2005). Desarrollo, calidad institucional y valores de la población: El problema de la no inclusión. *Alternativas en Psicología*, 12, 2-10.
- Boyle, Michael P., Schmierbach, Mike., & McLeod, Douglas M. (2007). Ideology, issues, and limited information: Implications for voting behavior. *Atlantic Journal of Communication*, 15(4), 284-302.
- Britt, Thomas W. (2003). Motivational and Emotional Consequences of Self-Engagement: Voting in the 2000 U.S. Presidential Election. *Motivation and Emotion*, 27, 339-358.
- Brussino, Silvina., & Rabbia, Hugo. (2007). Análisis psicosocial de las tipologías de vinculación política de Dalton en la Argentina post 2001. *Psicología Política*, 35, 53-67.
- Brussino, Silvina., Rabbia, Hugo., & Sorribas, Patricia. (2008). Una Propuesta de Categorización de la Participación Política de Jóvenes Cordobeses. *Psychologies Política*, 8, 285-304.
- Brussino, Silvina., Rabbia, Hugo., Imhoff, Débora., & Paz García, Ana P. (2011). Dimensión operativa de la ideología política en ciudadanos de Córdoba – Argentina. *Psicología Política*, 43, 85-106.
- Brussino, Silvina., Sorribas, Patricia., & Medrano, Leonardo. (2008). Características psicométricas de la medición del conocimiento político. *Revista Iberoamericana de diagnóstico y evaluación psicológica*, 25, 179-192.
- Brussino, Silvina., Sorribas, Patricia., Rabbia, Hugo., & Medrano, Leonardo. (2006). *Informe investigación*. Córdoba, España: Universidad Nacional de Córdoba.
- Catterberg, Gabriela., & Palanza, Valeria. (2012). Argentina: dispersión de la oposición y el auge de Cristina Fernández de Kirchner. *Revista de Ciencia Política (Santiago)*, 32(1), 3-30.
- Comisión de Enlace Institucional, AAM-SAIMO-CEIM. (2006). Nivel Socio Económico 2006. Acesoado em: 19 de diciembre de 2008, de: <http://www.saimo.org.ar/socios/Socios/NSE2006-23nov2006-Informe_final.pdf>.
- De Souza Carreira, Yan. (2002). Identificacao ideologica e voto para presidente. *Opinioao Pública*, 8(1), 54-79.
- Dillón, Marta., & Gemetro, Florencia. (2002). *Santa Lilita, biografia de una mujer ingobernable*. Buenos Aires. Norma.
- Duckitt, John. (2001). A dual-process cognitive-motivational theory of ideology and prejudice. *Advances in experimental social psychology*, 33, 41-113.

- Duckitt, John., Wagner, Claire., du Plessis, Ilouize., & Birum, Ingrid. (2002). The psychological bases of ideology and prejudice: Testing a dual process model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 75-93.
- Duriez, Bart., Van Hiel, Alain., & Kossowska, Malgorzata. (2005). Authoritarianism and Social Dominance in Western and Eastern Europe: The Importance of the Sociopolitical Context and of Political Interest and Involvement. *Political Psychology*, 26(2), 299-320.
- Ellis, Christopher., & Stimson, James. (2005). Operational and symbolic ideology in the American Electorate: the paradox revisited. *Paper presentado en Annual Meeting of the Midwest Political Science Association*.
- Feldman, Stanley., & Johnston, Christopher. (2009). Understanding the determinants of political ideology: Implications of structural complexity. *Stony Brook University. Typescript*.
- Fraile, Marta. (2007). La influencia del conocimiento político en las decisiones de voto. *Reis*, 120, 41-74.
- Freedman, Paul., Franz, Michael., & Goldstein, Kenneth. (2004). Campaign Advertising and Democratic Citizenship. *American Journal of Political Science*, 48, 723-741.
- González, Manuel., & Darias, Maximina. (1998). Predicción de la conducta de voto. Personalidad y factores sociopolíticos. *Psicología Política*, 17, 45-78.
- González, Roberto., Manzi, Jorge., & Cortés, Flavio. (2005). Identidad y actitudes políticas en jóvenes universitarios: el desencanto de los que no se identifican políticamente. *Revista de ciencia política*, 25, 65-90.
- Huber, John D. (2006). Values and partisanship in left-right orientations: measuring ideology. *European Journal of Political Research*, 17(5), 599-621.
- Hunt, Corrie V., Ergum, Damla., & Federico, Christopher M. (2008). The relationship between affective states and the structure of political attitudes. *Psicología Política*, 37, 7-28.
- Inglehart, Ronald., & Norris, Pippa (2004). *Sacred and secular*. Cambridge University Press: Cambridge.
- Jost, Jhon T. (2006). The end of ideology. *American Psychologist*, 61(7), 651-670 DOI: 10.1037/0003-066X.61.7.651.
- Kahne, Joseph., & Westheimer, Joel. (2006). The Limits of Political Efficacy: Educating Citizens for a Democratic Society. *Political Science and Politics*, 39(2), 289-296.
- Krampen, Günter. (2000). Transition of Adolescent Political Action Orientations to Voting Behavior in Early Adulthood in View of a Social-Cognitive Action Theory Model of Personality. *Journal of Political Psychology*, 21, 277-297.
- Lau, Richard R. (2003). Models of Decision-Making. Em D. Sears, L. Huddy & R. Jarvis (Ed.), *Political Psychology* (pp. 19-59). Oxford University Press.
- Llamazares, Ivan., & Sandell, Rick. (2001). Partidos políticos y dimensiones ideológicas en Argentina, Chile, México y Uruguay. Esbozo de un análisis espacial. *Polis*, (extraordinario).
- Llopis Goig, Ramón. (2006). Actitudes Políticas e Intención de voto. Una aplicación del análisis discriminante. *Arxiu de Ciències Socials*, 14(6), 43-58.
- Lloret, Irlés D., Lledó, Boyer A., Nieto, Maximiliano F., & Aldeguer, Bernabé. (2009). Coherencia entre identificación partidista e ideología política en un contexto electoral. *Psicología Política*, 38, 75-95.

- Lodge, Milton., & Taber, Charles. (2005). The Automaticity of Affect for Political Candidates, Parties, and Issues: Experimental Tests of the Hot Cognition Hypothesis. *Political Psychology*, 26, 455-482.
- Lohr, Sharon. (2000) *Muestreo: diseño y análisis*. México: Thopmson.
- Marcus, George., & MacKuen, Michael. (1993). Anxiety, enthusiasm and the vote: The emotional underpinnings of learning and involvement during presidential campaigns. *American Political Science Review*, 87, 688-701.
- Marcus, George., MacKuen, Michael., Wolak, Jennifer., & Keele, Luke. (2006). The Measure and Mismeasure of Emotion. Forthcoming. Em David Redlawsk., & Robert Boynton (Eds.), *Feeling Politics: Affect and Cognition in Political Information Processing*. Palgrave MacMillan Publishing.
- Michelson, Melissa R. (2000). Political Efficacy and Electoral participation of Chicago Latinos. *Social Science Quarterly*, 81(1), 136-150.
- Mondak, Jeffery., Carmine, Edward., Huckfeldt, Robert., Mitchell, Dona-Gene., & Schraufnagel, Scot. (2007). Does familiarity breed contempt? The impact of knowledge on mass attitudes toward Congress. *American Journal of Political Science*, 51, 34-48.
- Niemi, Richard G., Craig, Stephen C., & Mattei, Franco. (1991). Measuring internal political efficacy in the 1988: National Election Study. *American Political Science Review*, 85, 1407-1413.
- Ortega, Carmen., & Montabes, Juan. (2011). Identificación partidista y voto: las elecciones autonómicas en Andalucía (2004-2008). *Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 134, 27-53.
- Páez, Darío., Ruiz, José Ignacio., Gailly, Olivier., Kornblit, Ana L., Wiesenfeld, Esther., & Vidal, Cara María. (1996). Clima Emocional: Su Concepto y Medición mediante una investigación transcultural. *Revista de Psicología Social*, 12, 79-98.
- Plotno, Gabriela S., Krause, Mercedes., & Lederman, Florencia. (2009). Confianza en instituciones y satisfacción con la democracia. *Intersticios: Revista Sociológica de Pensamiento Crítico*, 3, 189-207.
- Russo, Sandra. (2011). *La Presidenta. Historia de una vida*. Buenos Aires. Sudamericana.
- Southwell, Priscilla L., & Everest, Marcy J. (1992). The electoral consequences of alienation: Nonvoting and protest voting in the 1992 presidential race. *The Social Science Journal*, 35(1), 43-51.
- Sulmont, David. (2007, abril). *Conocimiento político, opinión pública y democracia en la sociedad peruana*. Ponencia presentada en el Primer Congreso Latinoamericano de WAPOR, Colonia del Sacramento, Uruguay.
- Sorribas, Patricia. (2012). Participación política: desarrollo de un modelo explicativo desde el enfoque de la cognición social. *Tesis para optar por el título de Doctora en Psicología por la Universidad Nacional de Córdoba. Inédita*.
- Tagina, María L., (2010). Predisposiciones de largo plazo y *Accountability* electoral en Argentina. Las elecciones presidenciales de 2003 y 2007. Trabajo preparado para su presentación en el *V Congreso Latinoamericano de Ciencia Política*, organizado por la Asociación Latinoamericana de Ciencia Política (ALACIP). Buenos Aires, 28 a 30 de julio de 2010.

- Tagina, María L. (2011). Controlando al gobierno a través de las urnas. Un análisis del caso argentino entre 1995 y 2005. *Política / Revista de Ciencia Política*, 50(1), 111-144.
- Velásquez, Elda., Martínez Loreto, M., & Cumsille, Patricio. (2004). Expectativas de Autoeficacia y Actitud Prosocial asociadas a la participación ciudadana en Jóvenes. *Psyke*, 13(2), 85-98.
- Wollman, Neil., & Stouder, Robin. (1991). Believed efficacy and political activity: A test of the specificity hypothesis. *The Journal of social psychology*, 131(4), 557-566.
- Zechmeister, Elizabeth. (2006). What's left and who's right? A Q-method study of individual and contextual influences on the meaning of ideological labels. *Political Behavior*, 28(2), 151-173.
- Zubieta, Elena., Delfino, Gisela., & Fernández, Omar. (2008). Clima Social Emocional, Confianza en las Instituciones y Percepción de Problemas Sociales. Un Estudio con Estudiantes Universitarios Urbanos Argentinos. *Psyke*, 17, 5-16.

• Recebido em 09/08/2013.

• Aceito em 17/11/2013.