

---

# Partidismo negativo, derecha radical y voto: un análisis de su relación en el contexto de las elecciones generales españolas de 2023

*Negative partisanship, radical right and vote: an analysis of their  
relationship in the context of the Spanish general elections of 2023*

JOSÉ MIGUEL ROJO-MARTÍNEZ

Universidad de Murcia

## **Cómo citar/Citation**

Rojo-Martínez, J. M. (2025). Partidismo negativo, derecha radical y voto: un análisis de su relación en el contexto de las elecciones generales españolas de 2023. *Revista Española de Ciencia Política*, 67, 41-68. Doi: <https://doi.org/10.21308/recp.67.02>

## **Resumen**

A pesar de que en lo postulado por la Escuela de Míchigan el concepto de identificación partidista incluía una dimensión positiva y otra negativa, lo cierto es que la segunda prácticamente no ha recibido atención. La presente investigación pretende evaluar hasta qué punto el partidismo negativo representa en la actualidad un factor explicativo del comportamiento electoral en España. En concreto, se estudia cómo en el contexto de las elecciones generales españolas de julio del año 2023 el partidismo negativo hacia la derecha radical incrementó la probabilidad de votar al PSOE y si, a su vez, el rechazo generado por el PSOE también promovió el apoyo a Vox. Para la comprobación de estas hipótesis se usan datos de la III Encuesta Nacional de Polarización Política en España, elaborada por el Centro de Estudios Murciano de Opinión Pública (CEMOP) en plena campaña electoral. Los resultados de los modelos de regresión logística binaria implementados evidencian que el partidismo negativo hacia la derecha radical representa un (novedoso) factor explicativo del voto por el PSOE, pero que Vox no se alimentó significativamente del rechazo hacia los socialistas —ni tampoco hacia Sumar—. Asimismo, se constata la excepcional capacidad de la derecha radical para despertar procesos de identificación negativa, sobre todo entre las mujeres.

*Palabras clave:* Partidismo negativo, Comportamiento electoral, Vox, PSOE, Elecciones, Polarización, Sentimientos, Identidad.

## Abstract

Although the concept of partisan identification included a positive and a negative dimension as postulated by the Michigan model, the truth is that the latter dimension has received practically no attention. The present research aims to evaluate to what extent negative partisanship currently represents an explanatory factor of electoral behavior in Spain. Specifically, we study how, in the context of the Spanish general elections of July 2023, negative partisanship towards the radical right increased the probability of voting for the PSOE and whether, in turn, the rejection generated by the PSOE also promoted support for Vox. To test these hypotheses, we use data from the III National Survey of Political Polarization in Spain, elaborated by the Murcian Centre for Public Opinion Studies (CEMOP) in the middle of the election campaign. The results of the binary logistic regression models implemented show that negative partisanship towards the radical right represents a (novel) explanatory factor of the vote for the PSOE, but that Vox did not feed significantly on the rejection of the socialists —nor even of Sumar—. We also note the exceptional capacity of the radical right to arouse processes of negative identification, especially among women.

*Keywords:* Negative partisanship, Electoral behavior, Vox, PSOE, Elections, Polarization, Feelings, Identity.

---

## INTRODUCCIÓN

El 23 de julio del año 2023 los españoles votaron a sus representantes en las Cortes Generales. Esta convocatoria electoral, de carácter anticipado, fue anunciada por el presidente del Gobierno tras los resultados de las elecciones autonómicas y municipales, que evidenciaron un importante crecimiento del Partido Popular. Sin embargo, en la mayoría de autonomías y grandes municipios, el Partido Popular necesitaba el apoyo de Vox para poder acceder al gobierno. En esta ocasión, Vox no se conformó con facilitar la investidura de los candidatos populares sin compartir responsabilidad de gobierno, sino que exigió constituir coaliciones que les otorgaran importantes cuotas de poder.

Desde la noche del 28 de mayo se sucedieron pactos de gobierno entre la derecha y la derecha radical. Aprovechando esta coyuntura, Pedro Sánchez planteó la campaña de las elecciones generales como una gran disyuntiva entre avanzar o retroceder. Sánchez instituyó el día 31 de mayo, en una reunión con su grupo parlamentario, el *leitmotiv* de la campaña socialista: «parar la ola reaccionaria»<sup>1</sup>. Se esbozaba con ello la estrategia de comunicación negativa que presidiría la campaña socialista: evitar la llegada al gobierno de Vox debía convertirse en el gran factor de movilización de su electorado potencial. A su vez, PP y Vox consideraron que los

---

1. PSOE. (2023, 31 mayo). Pedro Sánchez preside la reunión de diputados y senadores socialistas de la XIV legislatura [Video]. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=1bpi87mUfE8>.

resultados de las elecciones municipales y autonómicas suponían el final de un ciclo a nivel nacional y pidieron consumir el 23 de julio la «derogación del sanchismo». Este lema se había convertido en un recurso retórico habitual desde hacía meses y también estaba marcado por un contenido esencialmente negativo. Según Crespo (2023), estos dos marcos («parar la ola reaccionaria» y «derogar el sanchismo») tuvieron un claro carácter polarizante y reforzaron la dinámica de bloquismo. Además, dejaron patente el protagonismo que iban a adquirir las identidades políticas negativas en la campaña electoral.

Las estrategias de persuasión de los grandes partidos se orientaron hacia la promoción del antagonismo, ofreciendo razones de voto más vinculadas con el rechazo al adversario que con las propuestas presentadas por cada proyecto. Pero, ¿hasta qué punto las identidades negativas han sido consideradas en los estudios de comportamiento electoral en España? La influencia de los vínculos afectivo-psicológicos hacia los partidos, partiendo del enfoque sociopsicológico de la Escuela de Michigan (Campbell et al., 1960), se ha tratado mayoritariamente en su vertiente positiva (Rivera y Jaráiz, 2016). Como señalan Lagares et al. (2015), la «simpatía por el partido» ha sido el componente tradicional del voto derivado de las aportaciones de la Escuela de Michigan. Según esta teoría, la decisión de votar por un partido responde a predisposiciones ancladas en el individuo y relacionadas con sentimientos de pertenencia. No obstante, la identificación partidista puede construirse en base a fuertes procesos de hostilidad hacia un grupo, es decir, el apego hacia un partido puede derivarse principalmente del disgusto que genera otro partido (McGregor et al., 2015). En su versión extrema, el partidismo negativo puede generar una disposición a apoyar a cualquier opción antes que permitir la victoria de aquellas siglas que el elector detesta.

Un ejemplo paradigmático de lo anterior es el llamado «frente republicano» en Francia, la agrupación de los votantes de los diferentes partidos en torno al candidato alternativo a la derecha radical en segunda vuelta —a pesar de que esto suponga que socialdemócratas y comunistas apoyen a conservadores y liberales o viceversa (Knapp, 2022)—. En este tipo de escenarios altamente polarizados, las actitudes afectivas tienen un gran efecto sobre el comportamiento electoral y se activa un «voto útil» que inclina a los electores a respaldar una opción no del todo preferida si con eso perjudican a su principal grupo rival (Down y Han, 2024).

Cabe plantear, en consecuencia, el efecto del partidismo negativo sobre el comportamiento electoral, incluso en sistemas multipartidistas donde la lógica de suma-cero está menos extendida. A lo largo de esta investigación nos preguntaremos si el partidismo negativo hacia Vox influyó significativamente en el voto al PSOE en las pasadas elecciones generales. De corroborarse esto, contrastaríamos el alto incentivo que para los socialistas tiene el diseño de campañas negativas centradas en el rechazo a la derecha radical. A su vez, buscaremos comprobar si algo similar sucedió a la inversa; si también los sentimientos negativos hacia el PSOE potenciaron el voto a Vox, generando una espiral afectiva simétrica entre esta pareja de partidos. Lo anterior tiene importantes implicaciones para entender ciertas estrategias comunicativas presentes

en la arena política española y, en suma, las razones que hay detrás de la extensión de la negatividad en el tono de las campañas.

## EL CONCEPTO DE PARTIDISMO NEGATIVO

La inclusión de la identificación partidista como variable relevante en los estudios de comportamiento electoral se remonta a los ya mencionados trabajos de la Escuela de Míchigan. Campbell et al. (1960) formularon esta propuesta en *The American Voter* desde una perspectiva propia de la psicología social y en un contexto, el de Estados Unidos, que por las propias características del sistema de partidos, y del sistema político en general, reforzaba la operatividad del concepto. A pesar de que en lo postulado por la Escuela de Míchigan el concepto de identificación partidista incluía el partidismo positivo y el negativo, lo cierto es que la dimensión negativa (NPID) prácticamente no ha recibido atención —especialmente en los sistemas multipartidistas europeos no mayoritarios (Mayer, 2017; Anderson et al., 2022)—. Al argumentarse que el contexto electoral influye en el partidismo negativo, a través de variables como el número efectivo de partidos, se presupone que en los sistemas multipartidistas fragmentados la prevalencia de este fenómeno es menor al ser menos explícitas las dinámicas dicotómicas (Anderson et al., 2022). Con todo, también en los sistemas bipartidistas o con reglas mayoritarias la literatura se ha centrado prioritariamente en la vertiente positiva del partidismo (PPID), lo que lleva erróneamente a considerar que bajos niveles de partidismo positivo implican, en conjunto, bajos niveles de partidismo (Mayer, 2017; Caruana et al., 2015; Haime y Cantú, 2022). No obstante, autores como Abramowitz y Webster (2018) señalan que, en Estados Unidos, la alineación en contra de un partido representa ya la forma de identificación más habitual, con un notable crecimiento en la última década.

El partidismo negativo ha sido definido bien como una actitud de desprecio, rechazo o animadversión hacia el partido rival —lo que ha vinculado estrechamente este concepto con el de polarización afectiva—, bien como un tipo de identidad negativa —por oposición a algo (Lelkes, 2021)—. Según esta segunda definición, los individuos pueden llegar a identificarse siguiendo categorizaciones negativas cuando fijan su identidad por exclusión de lo que no son, más que por afirmación positiva de lo que son (Leonardelli y Min Toh, 2015; Lelkes, 2021; Crespo et al., 2021). En cualquier caso, uno de los grandes retos de la conceptualización del partidismo negativo es demostrar su existencia independiente (Bankert, 2021; Haime y Cantú 2022). Es posible contrargumentar que ambos conceptos —partidismo positivo y negativo— forman dos polos de una misma cosa (Green y Citrin, 1994). Si así fuera, no tendría demasiado sentido estudiar el afecto negativo por sí solo, pues se presupone que cuando el elector se siente vinculado positivamente con un partido va a mostrar rechazo hacia los grupos rivales de este. Sin embargo, diversas investigaciones han demostrado que los sentimientos positivos hacia el endogrupo no siempre tienen como resultado actitudes de rechazo exogrupal (Maggiotto y Piereson, 1977; Brewer,

1999; Amira et al., 2021; Garzia y Ferreira da Silva, 2022). Por ejemplo, en el estudio de Bankert (2021) se acreditó la existencia de un elevado porcentaje de entrevistados que combinaban niveles altos y bajos de partidismo positivo y negativo. De esta forma, se confirmaba la ausencia de una correlación perfecta entre estos dos conceptos y, por tanto, que ambos formaban constructos diferenciados, aunque conectados (Bankert, 2021: 1477). Este tipo de evidencias justifican nuestra voluntad de indagar en los efectos particulares de cada tipo de partidismo en el comportamiento electoral. Además, no solo se observa que las evaluaciones negativas pueden activarse en ausencia de actitudes positivas, sino que ambas pueden tener efectos cognitivos diferenciales. Los elementos negativos suelen ser más influyentes que los positivos a la hora de tomar decisiones (Peeters y Czapinski, 1990).

Pese a que el empeño por demostrar la influencia en el comportamiento electoral del partidismo negativo resulta ciertamente novedoso en el ámbito español, no lo es tanto en el mundo anglosajón. Entre los trabajos más relevantes sobre los efectos electorales del partidismo negativo cabe mencionar tanto el llevado a cabo por Medeiros y Noël (2014) como el desarrollado por Abramowitz y Webster (2016). Analizando datos de cuatro países (Australia, Canadá, Estados Unidos y Nueva Zelanda), Medeiros y Noël (2014) confirmaron que la identificación negativa influía significativamente en los modelos de explicación del voto en todos los países, aunque de forma más limitada que el partidismo positivo. En promedio, la identificación negativa con el adversario incrementó en 10 puntos la probabilidad de votar por un partido, pero, al mismo tiempo, el impacto del partidismo positivo se estimó entre los 28 y 69 puntos dependiendo de cada país (Medeiros y Noël, 2014: 1036). La conclusión más importante de este estudio es que, incluso cuando se considera en los modelos el partidismo positivo —variable por excelencia en la explicación del comportamiento electoral—, el partidismo negativo sigue mostrando una influencia significativa. Por tanto, desde un enfoque sociopsicológico, no es posible explicar las decisiones de los electores solo en base a sus expresiones de afecto positivas.

Resultados similares se obtienen por Abramowitz y Webster (2016). Utilizando datos de los *American National Election Studies* (ANES), constataron que el afecto negativo hacia el rival incrementaba la lealtad partidista y que, cuanto más negativa era la valoración del rival, más probable resultaba que los votantes apoyaran al candidato de su partido (Abramowitz y Webster, 2016: 17). Al margen de estos dos trabajos, la investigación de Caruana et al. (2015) acreditó que el partidismo negativo influía, además de en la elección de voto, en la participación electoral. Asimismo, Mayer (2017) analizó datos de diecisiete países europeos multipartidistas y corroboró el impacto del partidismo negativo en la participación y en la elección de voto. El partidismo negativo puede reforzar determinadas predisposiciones o clarificar la elección, pero también puede convertirse en un elemento de movilización para evitar la llegada al poder del rival detestable. En definitiva, el partidismo negativo nos ayuda a entender mejor el comportamiento electoral de los ciudadanos. Constituye una razón independiente que, pese a ser menos poderosa que la identidad positiva, puede sobresalir en algunos contextos como elemento determinante.

## PARTIDISMO NEGATIVO Y DERECHA RADICAL

Dentro de los estudios de partidismo negativo, se ha prestado una especial atención a la capacidad de los partidos de derecha radical para despertar este tipo de reacciones adversas. Para Hartevelde et al. (2022), el discurso divisivo de raíz nativista y populista de la derecha radical genera respuestas negativas singularmente elevadas, incluso entre los partidos *mainstream*, algo que no sucede con las formaciones de izquierda radical. La denominada «excepcionalidad» de la derecha radical explica cómo ciertos cambios en la oferta partidista, con el surgimiento y crecimiento de este tipo de partidos, se han convertido en un factor determinante de la extensión del partidismo negativo y de la polarización afectiva (Hartevelde et al., 2022; Gidron et al., 2023). La posición de estas formaciones en algunos temas especialmente sensibles y de hondo calado moral, dentro de la batalla posmaterialista que alienta un clivaje sociocultural (Castro y Jaráiz, 2022), genera posturas defensivas en grupos que se sienten agraviados o amenazados por la impugnación de ciertos consensos o derechos.

Meléndez y Rovira Kaltwasser (2021) analizaron en profundidad el desagrado provocado por esta familia de partidos considerando datos de diez países de Europa occidental. Quienes presentaban una identidad negativa hacia la derecha radical se mostraban, a su vez, a favor de la dimensión electoral, liberal y social de la democracia (Meléndez y Rovira Kaltwasser, 2021: 960). Se trata de un perfil de elector comprometido con un rango de valores cercano al representado por los partidos socialdemócratas europeos. El antagonismo entre la socialdemocracia y la derecha radical se explica por la convergencia de dos elementos. En general, la izquierda reacciona contra las posiciones tradicionalistas y ultraconservadoras de estos partidos, que devienen no solo de su carácter nativista, sino de su oposición al feminismo o al colectivo LGTBIQ+ (Álvarez-Benavides y Jiménez Aguilar, 2021). Pero, al mismo tiempo, la socialdemocracia se ve amenazada por su condición de partido *mainstream*, convirtiéndose en diana del discurso populista anti-élite.

Recientemente, Bjånesøy (2023), a partir del caso de Noruega, corroboró la excepcionalidad de la derecha radical también en su país. Casi el 60% de los electores nunca votaría al Partido del Progreso (la derecha radical noruega). Por el contrario, solo un 20% decía lo mismo respecto al Partido Conservador y apenas un 17% sentía este alto nivel de rechazo hacia el Partido Laborista. Bjånesøy (2023) presenta seguidamente un análisis de los orígenes de esta excepcionalidad, usando una pregunta abierta que solicitaba a los entrevistados que razonaran por qué no estaban dispuestos a votar bajo ninguna circunstancia a este partido. Las motivaciones principales del rechazo a la derecha radical se derivaban de los valores de este partido en cuestiones como el medioambiente, la integración de las minorías o los derechos humanos, así como de sus estrategias retóricas (Bjånesøy 2023: 115). De forma similar a lo señalado por Bjånesøy, en su libro *De votantes a hooligans*, Torcal analiza las consecuencias afectivas de la emergencia de Vox en España y concluye que «la visualización electoral de este partido radical alimentó la polarización afectiva entre los y las simpatizantes de los partidos de la izquierda (PSOE y UP) debido [...]

sobre todo a una reacción negativa» (2023: 142). Torcal considera que estos partidos «desafiantes» generan resistencias en los partidos rivales, que se sienten amenazados por su presencia (2023: 12).

### GOING NEGATIVE? EL PAPEL DE LAS CAMPAÑAS NEGATIVAS

Antes del extraordinario desarrollo de la literatura sobre polarización afectiva, el concepto de negatividad ocupó un lugar destacado en los estudios de comunicación política. En 1995, Stephen Ansolabehere y Shanto Iyengar publicaron una de sus obras más reconocidas, *Going Negative: How Political Advertisements Shrink and Polarize the Electorate*, tras observar que el uso de los anuncios negativos de campaña no había parado de crecer en los últimos años. Estos autores constataron que la publicidad negativa era más eficaz, especialmente a la hora de influir en el voto de los electores independientes (Ansolabehere e Iyengar, 1995: 95). Esto se suma a un gran número de evidencias desde el campo psicológico sobre la tendencia a prestar más atención a la información de valencia negativa (Soroka y McAdams, 2015). Si nuestro cerebro destaca los estímulos negativos, el incentivo para avivar este tipo de reacciones en los electores es alto, considerando que los partidos —en cualquier democracia— compiten por captar la atención y por aportar razones que faciliten la toma de decisiones a su favor.

A este respecto, Crespo (2016) señala dos efectos fundamentales de las campañas negativas, creadas para simplificar la elección y generar climas de antagonismo. Por una parte, sirven como agente de refuerzo. En palabras de Crespo, «este tipo de campaña incrementa, para el elector cercano al partido o candidato emisor, la percepción de proximidad con su candidato preferido y la de distancia con el adversario» (2016: 59). El fomento del antagonismo lleva al elector a votar para evitar la amenaza que representa el «enemigo» creado (Crespo et al., 2022). La comunicación negativa provoca brechas afectivas, es decir, el partidismo negativo se origina o potencia a partir de estrategias discursivas de las élites centradas en la demonización del adversario. Cuanto más desagradable y hostil nos resulta el rival, más difícil será no apoyar al partido propio para evitar su victoria. Las predisposiciones positivas se refuerzan y activan mediante procesos de negatividad. Por eso, algunos estudios acreditan que las campañas negativas movilizan a cierto tipo de electores, aquellos más concernidos por la hipotética victoria del rival (Martin, 2004). El segundo de los efectos —más cuestionado— se refiere a la capacidad de desmovilización de los votantes flotantes (Crespo, 2016: 59). Las campañas negativas pueden movilizar a un determinado perfil de votante (intensificando las implicaciones de desagrado sobre un resultado electoral no favorable), pero también pueden generar dudas sobre el apoyo a un candidato (Krupnikov, 2011). Asimismo, el debate sobre los efectos de este tipo de campañas se centra, en algunos casos, en la intensidad de la negatividad, considerando que de ella depende la aparición de efectos positivos —persuasión, movilización— o negativos —polarización, desafección— (Haselmayer, 2019).

En los últimos años, debido al clima generalizado de polarización, ha crecido la preocupación por la contribución de las campañas negativas al mismo. En el artículo seminal de Iyengar et al. (2012) sobre el concepto de polarización afectiva, se comprobó la existencia de una relación significativa entre el volumen de anuncios de ataque emitidos en cada estado norteamericano y los niveles diferenciales de afecto endogrupal y exogrupal. A su vez, Martin y Nai (2024) advirtieron que, cuanto más negativo era el tono de la comunicación entre dos partidos, más polarización afectiva se daba entre ellos al incrementarse, sobre todo, el rechazo al exogrupo. Todas estas evidencias acreditan que las campañas influyen en las actitudes de los electores y pueden exacerbar sus niveles de rechazo hacia ciertos grupos.

Durante las elecciones generales españolas del año 2023, el PSOE usó la posibilidad de que Vox ocupara asientos en el Consejo de Ministros como un elemento de movilización<sup>2</sup>. Simultáneamente, se destacaron las polémicas posiciones de este partido en diferentes asuntos y se trató de transferir el rechazo generado por Vox a su socio, el PP. En una entrevista para *El País* el 18 de junio, Sánchez dijo: «Mucho más peligroso que Vox es que el PP asuma sus políticas tras el 23J» / «Ha habido una movilización débil del electorado progresista [en las elecciones autonómicas y municipales] y eso es lo que tenemos que revertir»<sup>3</sup>. La forma de revertirlo pasaba por incrementar el contraste con el bloque conservador, haciendo nacer en el electorado una inquietud notable por el posible escenario de que Abascal impusiera su agenda a Feijóo. Vox también planteó una campaña de tono adversativo. Como Sánchez, acudió a la noción de peligro y avivó sus críticas al llamado «sanchismo». El 26 de junio, en el acto de constitución de las Cortes Valencianas, Abascal dijo: «Tenemos que liberar a España del presidente que se ha convertido en un peligro para las mujeres, del presidente responsable de la excarcelación e importación de violadores». Ya en campaña afirmó que el PSOE era un partido que «había cometido todo tipo de fechorías»<sup>4</sup>.

## HIPÓTESIS, DATOS Y METODOLOGÍA

Esta investigación pretende evaluar hasta qué punto el partidismo negativo representa en la actualidad un factor explicativo del comportamiento electoral en

- 
2. Hernández, M. (2023, 30 mayo). Sánchez hará una campaña emocional: «O te movilizas o Abascal a la Moncloa». *Faro de Vigo*. <https://www.farodevigo.es/espana/2023/05/30/sanchez-campana-emocional-abascal-moncloa-88073278.html>.
  3. El País. (2023, 18 junio). Pedro Sánchez: «Mucho más peligroso que Vox es que el PP asuma sus políticas tras el 23J» | El País [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=-li2jzUz0Xg>.
  4. De Burgos Pérez, M. (2023, 16 julio). Abascal acusa al PSOE de estar dispuesto a "todo" para evitar el vuelco electoral. *elconfidencial.com*. [https://www.elconfidencial.com/espana/2023-07-16/vox-santiago-abascal-elecciones-generales\\_3701382/](https://www.elconfidencial.com/espana/2023-07-16/vox-santiago-abascal-elecciones-generales_3701382/).

España, basándonos para ello en un estudio de caso de enfoque cuantitativo. Dado que se trata de un primer acercamiento a este tema, centraremos nuestra atención en los dos partidos (PSOE y Vox) entre los que existió un especial clima de confrontación en la campaña de julio de 2023. Además, evidencias previas señalan el particular antagonismo existente entre la socialdemocracia y la derecha radical en las sociedades europeas (Meléndez y Rovira Kaltwasser, 2021; Gidron et al., 2023). Ambos partidos avivaron el conflicto intergrupual mediante una dinámica típica «nosotros *vs.* ellos» o incluso «nosotros en tanto que no ellos» que se convirtió en un recurso persuasivo. Sin embargo, no sabemos hasta qué punto las actitudes afectivas negativas hacia el «ellos» que estas campañas pretendieron despertar entre sus públicos-objetivo contribuyeron finalmente a explicar el voto. Considerando el singular escenario vivido en España en las elecciones del año 2023 y el interés previo que el partidismo negativo ha despertado en los estudios de comportamiento electoral en otros países (Medeiros y Noël, 2014; Caruana et al., 2015; Mayer, 2017), formulamos las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1. El partidismo negativo hacia Vox incrementó la probabilidad de voto al PSOE.

Hipótesis 2. El partidismo negativo hacia el PSOE incrementó la probabilidad de voto a Vox.

Para la comprobación de estas hipótesis usamos datos de la III Encuesta Nacional de Polarización Política en España, elaborada por el Centro de Estudios Murciano de Opinión Pública (CEMOP)<sup>5</sup>. El trabajo de campo de la encuesta se realizó en plena campaña electoral, entre los días 10 y 21 de julio del año 2023, y fue administrada en modo CATI. La coincidencia del trabajo de campo con la campaña electoral otorga especial interés a los datos, pues se capta en tiempo real el clima político que se vivía en el país en los días previos a la votación. El citado estudio cuenta con una muestra representativa ( $n=1223$ ) de la población española de ambos sexos de 18 y más años, constituida mediante un procedimiento polietápico estratificado<sup>6</sup>.

Las variables a considerar en la investigación son las siguientes<sup>7</sup>:

*Variable dependiente* H1 y H2: voto PSOE y voto Vox. Se trata de una variable dicotómica recodificada. En el 1 se sitúan todos aquellos entrevistados que manifestaron intención directa de voto por el PSOE (H1) o por Vox (H2) en las elecciones del 23 de julio, mientras que en el 0 se sitúan todos aquellos que afirmaron ir a votar a otro

---

5. La base de datos de esta encuesta es de libre acceso y se puede consultar, junto con la ficha técnica completa y el cuestionario, en el siguiente enlace: <https://www.cemopmurcia.es/estudios/iii-encuesta-nacional-de-polarizacion-politica-2023/>

6. Para un nivel de confianza del 95,5% (dos sigmas) y  $P = Q$ , el error real es del  $\pm 2,8\%$  para el conjunto de la muestra, en el supuesto de muestreo aleatorio simple.

7. La decisión de incluir estas variables y no otras responde a un detallado análisis sobre riesgos de multicolinealidad en los modelos.

partido distinto a aquel cuyo voto se desea explicar, así como los que no votarían o votarían en blanco/nulo. Las categorías «no sabe todavía» y «no contesta» se consideran valores perdidos.

*Variables explicativas* H1 y H2: partidismo negativo (NPID) hacia el PSOE y hacia Vox.

Respecto a las formas de medición del partidismo negativo, se han empleado usualmente dos estrategias (Ridge, 2022). Por un lado, se acepta que la manifestación de nunca estar dispuesto a votar por un partido es un signo claro de esta identidad negativa (Rose y Mishler, 1998; Medeiros y Noël, 2014). Por otro lado, en el ámbito norteamericano, se ha optado por utilizar termómetros de sentimientos, que permiten captar más específicamente actitudes de hostilidad o de rechazo hacia un grupo (Iyengar et al., 2012; Lelkes y Westwood, 2017). Como afirma Lawall (2022), la primera forma de medición (disposición a votar por un partido) genera notables problemas si se pretende utilizar el partidismo negativo como variable explicativa del voto. Se puede generar una asociación tautológica dado que la variable independiente y la dependiente se refieren a un mismo fenómeno, el voto. Por cuanto las identidades tienen un componente eminentemente afectivo, apostamos por la medición del partidismo negativo tomando como base los termómetros de sentimientos. Partiendo de la escala original del termómetro de sentimientos (0: antipatía y rechazo; 10: simpatía y adhesión), recodificamos la misma para conseguir captar la presencia o ausencia del fenómeno. El partidismo negativo es una condición, por tanto, la variable debe discriminar entre aquellos entrevistados que la presentan y aquellos que no. Consideramos que otorgar una puntuación de 0 a 3 en el termómetro de sentimientos hacia un partido evidencia un alto nivel de animadversión y rechazo, elementos constituyentes del partidismo negativo (Lelkes, 2021). Los entrevistados que otorguen una puntuación de 0 a 3 al PSOE o a Vox se recodificarán con un 1 (presentan NPID), mientras que el resto de puntuaciones se recodificarán con un 0.

*Variables de control* (actitudinales): autoubicación ideológica, liderazgo (termómetro de sentimientos hacia el líder de la formación cuyo voto se quiere explicar), identificación partidista positiva (hacia la formación cuyo voto se quiere explicar) y partidismo negativo hacia el otro partido del bloque rival. En el caso de la ideología, uno de los grandes clivajes que estructuran la competición partidista en Europa y que actúa como guía cognitiva (Downs, 1957), utilizamos la escala 1 (extrema izquierda) a 10 (extrema derecha) generalmente admitida en España. Por otra parte, diversos estudios han puesto de manifiesto la importancia cada vez más sobresaliente del liderazgo en el voto, como parte de un momento de intensa personalización de la política (Mata López y Ortega Ruiz, 2013; Ortega-Villodres y Recuero-López, 2020). Los sentimientos que nos despierta el líder de un partido o la valoración que hacemos de su actuación pueden convertirse en factores decisivos del voto, especialmente cuando los condicionantes estructurales pierden valor (Crespo y Mora, 2015). Junto a ideología y liderazgo, se hace imprescindible controlar la relación propuesta en las hipótesis por la influencia del partidismo positivo (PPID). Volviendo a las hipótesis de la Escuela de Michigan, el vínculo afectivo con un partido influye en

el sistema de creencias del individuo, actúa como un atajo que orienta las evaluaciones sobre los eventos políticos y crea predisposiciones favorables (Dalton, 2021). Cabe concretar hasta qué punto la introducción en los modelos del partidismo positivo resta capacidad explicativa al partidismo negativo, una cuestión que nos permitiría profundizar en el extenso debate sobre el poder de los afectos positivos endogrupales frente al rechazo exogrupal. Para justificar la recodificación de la variable PPID, tenemos que recordar nuevamente que el concepto hace referencia a una condición dicotómica (tener o no tener identidad positiva). En este caso, situarse entre el 7 y el 10 en el termómetro de sentimientos se considera demostrativo de una fuerte adhesión y, por tanto, de identificación positiva (código 1). Por último, aunque la relación contemplada en las hipótesis se refiere a la influencia del partidismo negativo hacia Vox y hacia el PSOE, debemos controlar también hasta qué punto no influyó el partidismo negativo hacia los otros dos grandes partidos de ámbito estatal (PP y Sumar).

*Variables de control* (sociodemográficas): incorporamos variables sociodemográficas usadas habitualmente en los modelos de explicación del voto en España (Calvo y Montero, 2002; Rivera y Jaráiz, 2016; Mora, 2017) tales como el sexo, la edad, el nivel de estudios y la religiosidad. Al tener en cuenta el potencial impacto de las características sociales en el voto, sumamos la perspectiva de la Escuela de Columbia (Lazarsfeld et al., 1944) a aquella que resulta dominante en nuestra aproximación, la propia del modelo sociopsicológico. La codificación en detalle de todas las variables sociodemográficas puede consultarse en la Tabla 1.

Una vez presentadas las variables de la investigación, concretamos la técnica de análisis multivariante seleccionada. Dados los objetivos de nuestra investigación (detección de factores que influyen en el voto por estos partidos) y la codificación de la variable dependiente, apostamos por la regresión logística binomial para el desarrollo de modelos explicativos (no predictivos) sobre la intención de voto. Este tipo de regresión ha sido ampliamente utilizado en los estudios de comportamiento electoral (Lledó Callejón, 2001; Mora, 2017; Ramírez-Dueñas, 2022)<sup>8</sup>. La regresión logística binomial —a diferencia de la multinomial— está destinada a explicar la probabilidad de que un fenómeno suceda o no (presencia/ausencia), por lo que nos permite medir la probabilidad de voto hacia uno de estos partidos frente a la probabilidad de no votarle (con independencia de cuál sea la alternativa, sin contrastar el voto por uno de estos partidos con el voto por las diferentes opciones restantes). La ecuación teórica del modelo de regresión logística es:

$$P(Y=1 | X) = \frac{\exp b_0 + \sum_{i=1}^n b_i x_i}{1 + \exp b_0 + \sum_{i=1}^n b_i x_i}$$

8. Junto con la técnica de RLB también ha sido común el empleo de ecuaciones estructurales (SEM) para estos fines (Jaráiz et al., 2020). Sin embargo, en este caso optamos por no usar esta técnica al no ser necesario considerar la presencia de variables latentes (no medidas directamente).

El modelo nos permite saber cuál es la probabilidad de que la variable dependiente (Y) sea 1 incorporando  $n$  covariables explicativas a las que se les asignarán sus respectivos coeficientes ( $b_i$ ). Los coeficientes B (en unidades log-odds) deben ser interpretados como el resultado en escala *logit* [ $\log_e$ ] de la variable dependiente cuando la variable predictora cambia en una unidad, estimado por medio de la función de máxima verosimilitud. Para mejorar la interpretación de los resultados, se presentan también los odds ratios ( $e^B$ ) de cada variable predictora, es decir, la razón del cambio en las probabilidades. Los valores de los odds ratios informan de cuánta mayor o menor probabilidad (dependiendo de si son mayores o menores a 1) existe de que suceda el fenómeno explicado. Esto permite estimar con mayor claridad el impacto de cada variable predictora. Finalmente, hay que aclarar que la regresión logística binaria se ha desarrollado a través del método «introducir» con dos bloques. Las ecuaciones concretas de los modelos implementados son:

- [M<sub>1</sub> RLB PSOE]  $Y = f(\text{NPID Vox} + \text{NPID PP} + \text{Ideología} + \text{Sexo} + \text{Edad} + \text{Estudios} + \text{Religiosidad} + \epsilon)$
- [M<sub>2</sub> RLB PSOE]  $Y = f(\text{NPID Vox} + \text{NPID PP} + \text{Ideología} + \text{Sexo} + \text{Edad} + \text{Estudios} + \text{Religiosidad} + \text{PPID PSOE} + \text{Sentimientos Sánchez} + \epsilon)$
- [M<sub>1</sub> RLB Vox]  $Y = f(\text{NPID PSOE} + \text{NPID Sumar} + \text{Ideología} + \text{Sexo} + \text{Edad} + \text{Estudios} + \text{Religiosidad} + \epsilon)$
- [M<sub>2</sub> RLB VOX]  $Y = f(\text{NPID PSOE} + \text{NPID Sumar} + \text{Ideología} + \text{Sexo} + \text{Edad} + \text{Estudios} + \text{Religiosidad} + \text{PPID Vox} + \text{Sentimientos Abascal} + \epsilon)$

TABLA 1.  
ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS

Nombre	Tipo	Categorías	Descriptivos
Partidismo negativo hacia Vox (NPID Vox)	Dicotómica (recodificada a partir del termómetro de sentimientos 0-10 hacia Vox. 0: antipatía y rechazo; 10: simpatía y adhesión)	0=4-10 1=0-3	0=363, 30.2% 1=839, 69.8%
Partidismo negativo hacia el PP (NPID PP)	Dicotómica (recodificada a partir del termómetro de sentimientos hacia el PP)	0=4-10 1=0-3	0=668, 55.4% 1=537, 44.6%
Partidismo negativo hacia el PSOE (NPID PSOE)	Dicotómica (recodificada a partir del termómetro de sentimientos hacia el PSOE)	0=4-10 1=0-3	0=779, 64.6% 1=427, 35.4%
Partidismo negativo hacia Sumar (NPID Sumar)	Dicotómica (recodificada a partir del termómetro de sentimientos hacia Sumar)	0=4-10 1=0-3	0=646, 57.2% 1=484, 42.8%

Nombre	Tipo	Categorías	Descriptivos
Partidismo positivo Vox (PPID Vox)	Dicotómica (recodificada a partir del termómetro de sentimientos hacia Vox)	0=0-6 1=7-10	0=1025, 85.3% 1=177, 14.7%
Partidismo positivo PSOE (PPID PSOE)	Dicotómica (recodificada a partir del termómetro de sentimientos hacia el PSOE)	0=0-6 1=7-10	0=824, 67.4% 1=382, 31.7%
Sentimientos hacia Pedro Sánchez	Escala (0-10)	0: antipatía y rechazo 10: simpatía y adhesión	M=4.30 DT=3.32 R=10[0-10]
Sentimientos hacia Santiago Abascal	Escala (0-10)	0: antipatía y rechazo 10: simpatía y adhesión	M=2.53 DT=3.23 R=10[0-10]
Autoubicación ideológica	Escala (1-10)	1: extrema izquierda 10: extrema derecha	M=4.96 DT=2.18 R=9[1-10]
Edad	Continua		M=50.42 DT=16.29 R=76 [18-94]
Sexo	Dicotómica	0=hombre 1=mujer	0=598, 48.9% 1=625, 51.1%
Religiosidad	Dicotómica (recodificada)	0=No creyente (agnóstico, ateo, indiferente) 1=Creyente (católico o de otra religión)	0=490, 40.1% 1=733, 59.9%
Estudios	Dicotómica (recodificada)	0=resto 1=universitarios	0=646, 52.8% 1=577, 47.2%
Voto PSOE (VD 1)	Dicotómica (recodificada)	0= no voto PSOE 1= Voto PSOE	0=707, 71.2% 1=286, 28.8%
Voto Vox (VD 2)	Dicotómica (recodificada)	0= no voto Vox 1= Voto Vox	0=870, 87.6% 1=123, 12.4%

Fuente: elaboración propia.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

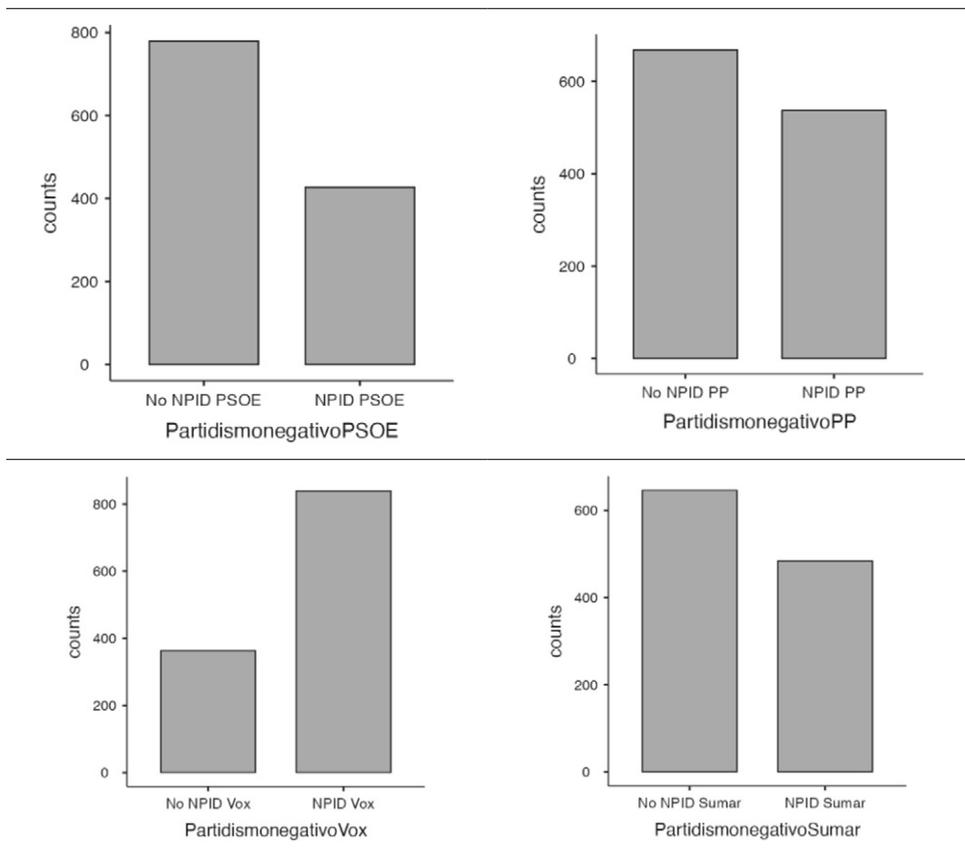
### *El alcance del partidismo negativo*

Comenzamos presentando algunos datos descriptivos sobre los niveles de partidismo negativo, ya reflejados en la Tabla 1. El 35.4% de los entrevistados presenta fuertes

afectos negativos hacia el PSOE. Las siglas socialistas son las que despertaban, en ese momento, menor negatividad en España. Las cifras de partidismo negativo se elevaron hasta el 44.6% para el PP y, de forma similar, Sumar suscitaba rechazo en el 42.8% de los entrevistados. La excepcionalidad afectiva de la derecha radical se confirma también en España con esta simple mirada descriptiva por cuanto un 69.8% de los participantes en el estudio manifestó actitudes de intensa antipatía hacia Vox. Es el único partido de los cuatro estudiados que agrupa a más entrevistados en el polo negativo que en el resto de posiciones del termómetro de sentimientos. La acreditada singularidad de este partido justifica la pertinencia del enfoque de investigación adoptado.

FIGURA 1.

NIVELES DE PARTIDISMO NEGATIVO (NPID) HACIA LOS PRINCIPALES PARTIDOS DE ÁMBITO ESTATAL EN ESPAÑA



Fuente: elaboración propia.

La decisión de medir el partidismo negativo a través del termómetro de sentimientos responde a la idoneidad de este instrumento a la hora de captar verdaderas actitudes

de hostilidad, en tanto que la manifestación de no estar dispuesto a votar por un partido puede hacer referencia a cálculos estratégicos y no a un rechazo afectivo propiamente dicho. No obstante, resulta interesante comparar los resultados anteriormente expuestos con los obtenidos en la pregunta de probabilidad de voto (P7) por los diferentes partidos en el Estudio n.º 3411 del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)<sup>9</sup>. La categoría «con toda seguridad, no lo votaría nunca» (0) agrupa a un 37.7% de los entrevistados en referencia al PSOE, a un 43.2% en referencia al PP, a un 66.9% si se pregunta por Vox y a un 49.6% en el caso de Sumar. Los resultados entre ambos estudios son parecidos, lo que nos invita —por un lado— a validar nuestra estrategia de investigación y, por otro, a plantear de cara al futuro hasta qué punto ambos instrumentos (termómetro de sentimientos y escala de probabilidad de voto) captan manifestaciones equiparables, a pesar de responder a procesos de operacionalización de conceptos teóricos claramente autónomos.

Resulta de igual forma interesante dilucidar al inicio de esta sección hasta qué punto el partidismo negativo es más prevalente que el partidismo positivo en nuestro país. Para ello, comparamos los resultados que los cuatro partidos obtienen en el polo negativo (0-3) del termómetro de sentimientos con los obtenidos en el polo positivo (7-10). En la Tabla 2 se muestran los niveles de partidismo positivo hacia los cuatro partidos y, para ninguna formación, en el conjunto de la muestra, es más elevado el porcentaje de PPID que el de NPID. Como advertían Abramowitz y Webster (2018) tomando en cuenta el caso norteamericano, los sentimientos de rechazo son una forma de identificación partidista cada vez más dominante. No debe confundirse, pues, este escenario con la ausencia de partidismo (sentimientos tibios o inexistentes respecto a los diferentes grupos). Ser capaz de expresar un intenso rechazo hacia un grupo constituye una actitud marcada cuyas consecuencias conductuales deben ser atendidas.

TABLA 2.

PORCENTAJES DE PARTIDISMO POSITIVO (PPID).

	PPID %
PSOE	31.7
PP	26.1
Vox	14.7
Sumar	29.8

Fuente: elaboración propia.

Antes de pasar a la exposición de los resultados de nuestros modelos de regresión logística, restan dos aspectos por describir. En primer lugar, cómo se distribuye el

9. Se trata del Estudio Preelectoral de las elecciones generales 2023, con una muestra total para esta pregunta de  $n=29201$ . Fuente: <https://www.cis.es/detalle-ficha-estudio?origen=estudio&idEstudio=14724>.

partidismo negativo hacia el PSOE y hacia Vox entre diferentes grupos sociales. Y, en segundo lugar, hasta qué punto se produce una relación simétrica en los niveles de rechazo de los votantes del PSOE hacia Vox y de los votantes de Vox hacia el PSOE. En cuanto al primer aspecto (ver Tabla 3), existen diferencias significativas en los niveles de NPID hacia Vox y hacia el PSOE según el sexo de los entrevistados, pero no dependiendo del nivel de estudios. Por otro lado, las creencias religiosas solo generan diferencias significativas en el NPID hacia Vox. Merece ser resaltado el hecho de que las mujeres muestren 15.7 puntos porcentuales más de NPID hacia Vox que los hombres, mientras que sus cifras de NPID hacia el PSOE son 14.5 puntos inferiores.

Que las identidades negativas no se distribuyan de forma homogénea entre los dos sexos abre la puerta a un estudio en mayor profundidad sobre la influencia de esta variable en las predisposiciones políticas. En España, como en Europa, la *gender gap* sobresale a la hora de analizar los afectos despertados por la derecha radical (Donovan, 2023). La beligerante oposición de Vox al feminismo ha podido jugar un papel determinante en el incremento de una identidad negativa hacia este partido entre las mujeres, lo que a su vez puede tener consecuencias electorales, especialmente cuando el antagonismo con Vox se materializa a través de temas propios de la lucha por la igualdad. En consecuencia, el rechazo que Vox despierta en buena parte de las mujeres españolas constituye un potente elemento estratégico para la socialdemocracia. La interrelación entre afecto partidista y sexo puede promover una progresiva segregación sexual de los electorados, creando partidos eminentemente masculinos y otros eminentemente femeninos.

TABLA 3.

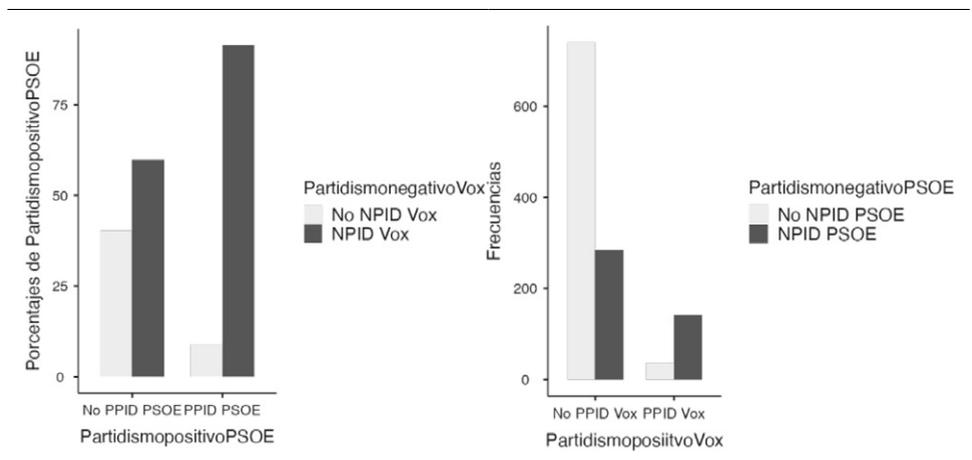
DISTRIBUCIÓN POR FILAS DEL PARTIDISMO NEGATIVO (NPID) HACIA PSOE Y VOX SEGÚN DIFERENTES GRUPOS SOCIALES

	NPID Vox	No NPID Vox	$\chi^2$	NPID PSOE	No NPID PSOE	$\chi^2$
<b>Sexo %</b>						
Hombre	61.8	38.2	***	42.8	57.2	***
Mujer	77.5	22.5		28.3	71.7	
<b>Religiosidad %</b>						
No creyente	85.0	15.0	***	25.9	74.1	
Creyente	59.5	40.5		41.8	58.2	
<b>Estudios %</b>						
Resto	69.4	30.6		34.8	65.2	
Universitarios	70.2	29.8	n.s.	36.1	63.9	n.s.
			Prueba T			Prueba T
<b>Edad (M)</b>	50.35 (dt=16.23)	50.50 (dt=16.48)	n.s.	50.28 (dt=15.97)	50.57 (dt=16.53)	n.s.

Fuente: elaboración propia. \*\*p<0,05, \*\*\* p<0,01, n.s.: no significativo.

Las diferencias observadas según religiosidad (solo para el NPID hacia Vox) nos permiten concluir que el NPID hacia Vox es superior al no NPID tanto entre los no creyentes como entre los creyentes, si bien los niveles de NPID son claramente inferiores en el segundo grupo. El 40.5% de los creyentes no tiene NPID hacia Vox, mientras que este porcentaje se reduce al 15.0% entre los no creyentes. Los porcentajes de NPID hacia Vox son 25.5 puntos superiores entre los no creyentes. Sexo y religión aparecen como características sociales con potencial capacidad para generar contrastes en las actitudes políticas de los ciudadanos. En los modelos de regresión pondremos a prueba hasta qué punto estas variables aportan capacidad explicativa al ser controladas por otras de tipo político.

FIGURA 2.  
NIVELES DE PARTIDISMO NEGATIVO HACIA VOX Y PSOE SEGÚN IDENTIFICACIÓN POSITIVA O NO CON VOX Y PSOE



Fuente: elaboración propia. Nota:  $\chi^2$  Gráfico 1=123 (gl=1),  $p < .001$ ;  $\chi^2$  Gráfico 2=179 (gl=1),  $p < .001$ .

La segunda de las cuestiones que nos proponíamos tratar antes de la exposición de los resultados de los modelos de regresión se refiere a las relaciones de simetría entre las identidades negativas de esta pareja de partidos. Los resultados señalan que el 79.7% de los entrevistados que presentan una identificación positiva con Vox muestra a la vez partidismo negativo hacia el PSOE. Entre quienes no se identifican positivamente con este partido, los niveles de NPID hacia el PSOE son de apenas un 27.7%. Entre aquellos que muestran una identidad positiva hacia el PSOE, un 91.3% tiene, a la vez, partidismo negativo hacia Vox (este porcentaje es del 59.8% para quienes no tienen identidad positiva hacia el PSOE). Con estos datos, es posible extraer dos conclusiones. En primer lugar, corroboramos que entre los miembros de estos partidos existe un rechazo cruzado alto, aunque no plenamente simétrico. El partidismo negativo hacia Vox es una actitud más extendida entre los identificados con el PSOE que el partidismo negativo hacia el PSOE entre los identificados con Vox. Las relaciones de antagonismo, por tanto, no son

perfectamente recíprocas, lo que a su vez puede influir en la mayor o menor importancia que el «ellos» representa en la toma de decisiones de cada grupo. Aun con este matiz, se hace evidente que partidismo positivo y partidismo negativo están íntimamente relacionados. A pesar de que en los sistemas multipartidistas las dinámicas bipolares o dicotómicas son —teóricamente— menos probables, lo cierto es que Vox y PSOE representan una suerte de polos opuestos dentro del panorama político español. Y no solo en las narrativas de las élites, también es una realidad presente en los sentimientos de los electores. Los sentimientos de adhesión a cada uno de estos grupos se acompañan en una amplia mayoría de individuos de sentimientos de rechazo hacia quienes, parece, constituyen su némesis, más allá de la ubicación ideológico-espacial<sup>10</sup>.

### *La influencia del partidismo negativo en el voto*

En la Tabla 4 presentamos los dos modelos de regresión logística binaria implementados para identificar los factores explicativos del voto por el PSOE. Los valores de los pseudo  $R^2$  del modelo 2 dan cuenta de la óptima bondad de ajuste del modelo y, aunque su finalidad no es predictiva, como orientación de su rendimiento, conviene atender a la alta precisión que describe en la clasificación de los casos (85,8%).

El primer modelo no incluye como control la identificación positiva con el partido ni los sentimientos hacia su candidato a presidente, pero sí considera la autoubicación ideológica y las variables sociodemográficas. En ausencia de ese control, las probabilidades de votar por el PSOE para un elector que presenta partidismo negativo hacia Vox son 7.627 veces superiores a las que presenta un elector que no ha desarrollado esa identidad negativa. La variable es significativa al nivel del 99% ( $b=2.032$  (.291)). La influencia de esta variable es superior a la mostrada por la ideología, clivaje que ha sido tradicionalmente usado como gran elemento predictivo del comportamiento electoral en los sistemas multipartidistas europeos. Por el contrario, el partidismo negativo hacia el PP no ejerce ningún tipo de influencia.

Al introducir en el modelo 2 el efecto del partidismo positivo y del liderazgo, podemos comprobar hasta qué punto estas variables captan la capacidad explicativa mostrada por el NPID en el modelo 1. En este segundo modelo, el partidismo negativo hacia Vox permanece como factor explicativo del voto por el PSOE. No obstante, tal y como resultaba esperable (Medeiros y Noël, 2014), al entrar en juego el partidismo positivo, reduce su influencia y su nivel de significatividad pasa al 95% ( $b=.933$  (.375)). Con todo, las probabilidades de votar por el PSOE para un elector que presenta partidismo negativo hacia Vox son 2.543 veces superiores. Esto no sucede

---

10. La frecuencia de partidismo negativo hacia el PP entre los identificados positivamente con el PSOE es de un 57.9% (33.4 puntos menos que hacia Vox). Sin embargo, la frecuencia de partidismo negativo hacia Sumar entre los identificados positivamente con Vox (86.0%) no presenta una distancia tan elevada respecto a lo mostrado hacia el PSOE.

para el otro partido del bloque conversador, que no parece tener efectos homologables ni, como ya se vio, tampoco despierta niveles de rechazo siquiera parecidos. De ahí que se decida estratégicamente fomentar la otredad con Vox y no tanto con el PP, que es en realidad el competidor directo.

TABLA 4.  
MODELOS DE RLB VOTO PSOE.

	Modelo 1			Modelo 2		
	B (E)	P	Exp(B) e <sup>B</sup> Odds ratios	B (E)	P	Exp(B) e <sup>B</sup> Odds ratios
NPID Vox Ref. No NPID Vox	2.032 (.291)	***	7.627	.933 (.375)	**	2.543
NPID PP Ref. No NPID PP	.122 (.182)		1.130	-.003 (.244)		.997
Autoubicación ideológica	-.151 (.046)	***	.860	.041 (.061)		1.042
Sexo Ref. Hombre.	.518 (.160)	***	1.679	.341 (.214)		1.406
Edad	.013 (.005)	**	1.013	.009 (.007)		1.009
Estudios Ref. Resto	-.251 (.160)		.778	.038 (.216)		1.039
Religiosidad Ref. No creyente	.363 (.176)	**	1.438	.506 (.232)	**	1.658
PPID PSOE Ref. No PPID PSOE				1.501 (.260)	***	4.488
TS Pedro Sánchez				.525 (.065)	***	1.691
Constante	-2.888 (.482)	***	.056	-6.497 (.707)	***	.002
R <sup>2</sup> de Cox y Snell		.177			.448	
R <sup>2</sup> de Nagelkerke		.252			.637	
χ <sup>2</sup> (Pruebas ómnibus)		183.395***			376.847***	
N			942			

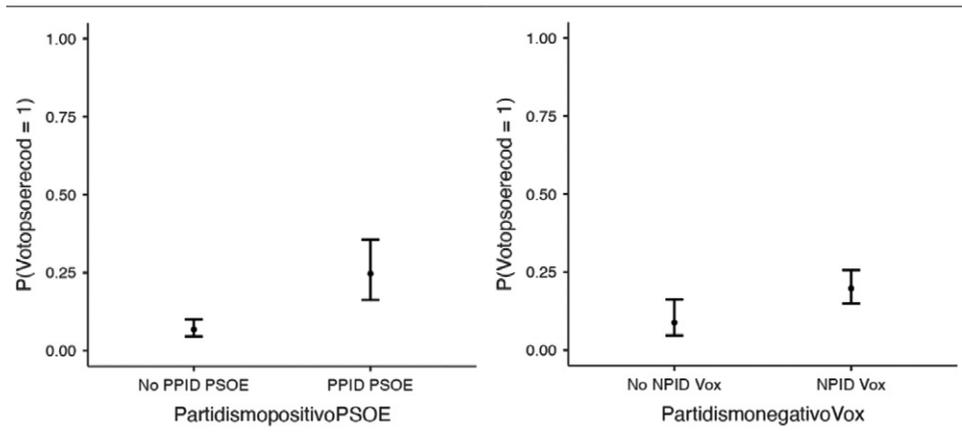
\*\*p<0.05, \*\*\* p<0.01. Nota: los estimadores representan el log odds de «Voto PSOE=1 vs. Voto PSOE=0». Errores estándar entre paréntesis. Control de multicolinealidad realizado mediante el Factor de Inflación de la Varianza (VIF). Medida predictiva de precisión (índice de precisión global)=.858, 85.8% (el punto de corte es 0.5).

Además de que los controles de multicolinealidad no nos advierten de una situación problemática entre NPID hacia Vox y PPID hacia el PSOE, al introducirse ambas variables en un modelo y resultar significativas, se constatan los efectos autónomos de estas dos formas de identificación y su defendida independencia teórica. Por lo demás,

se observa que el sexo y la edad desaparecen como factores explicativos y que la consideración de la identificación partidista hace que la ideología deje de resultar significativa. Este hallazgo invita a prestar una mayor atención al papel que juegan las identidades partidistas en España dentro de un enfoque de partidismo más expresivo que instrumental (Huddy et al., 2015).

FIGURA 3.

MEDIAS MARGINALES ESTIMADAS (VOTO PSOE) SEGÚN PPID PSOE Y NPID VOX



Fuente: elaboración propia.

Con estos datos, es posible confirmar nuestra H1: el partidismo negativo hacia Vox incrementó la probabilidad de voto al PSOE en el marco de las elecciones generales del año 2023. El rechazo hacia este partido se convirtió en un motor del voto socialista, desplazando a elementos tradicionales de los estudios de comportamiento electoral como la ideología. La efectividad del partidismo negativo hacia Vox hace pensar que el uso discursivo de este sentimiento por parte de la campaña socialista fue un acierto estratégico, pues pudo movilizar a una parte del electorado aportando una razón de voto consistente, presumiblemente más decisiva para aquellos electores con menores niveles de identificación positiva. Azuzar el antagonismo con la derecha radical funciona, pero, ¿qué sucede a la inversa? Si ambos lados obtienen un beneficio electoral evidente de los sentimientos de rechazo al otro, es altamente probable que las actuaciones de las élites se dirijan precisamente a intensificar ese tipo de actitudes, influyendo con ello en el clima de polarización afectiva del país.

En la Tabla 5 se desarrollan los modelos de RLB orientados a la comprobación de la H2. Ambos modelos presentan valores óptimos en los pseudo  $R^2$ , lo que nos permite confirmar una positiva bondad de ajuste. Asimismo, la medida predictiva de precisión arroja un satisfactorio 94.4%. En el modelo 1, tanto el partidismo positivo hacia el PSOE como el partidismo positivo hacia Sumar incrementan la probabilidad de votar a Vox, con un nivel de influencia similar y  $p < 0.01$ . Al respecto, encontramos una diferencia

sustantiva frente a los modelos de voto hacia el PSOE, pues en ellos no encontrábamos una dinámica adversativa de bloque (el partidismo negativo hacia el PP no era significativo).

Sin embargo, la introducción en el modelo del partidismo positivo hacia Vox y de los sentimientos hacia Abascal hace desaparecer por completo la influencia del NPID, demostrando con ello la mayor debilidad de esta variable en la explicación del voto a Vox en el contexto del 23J. Dado que el control por identificación positiva y por liderazgo es fundamental, rechazamos la H2 y concluimos que —a diferencia de lo que sucedía con el PSOE— el partidismo negativo no constituye una explicación determinante del voto por la derecha radical.

TABLA 5.  
MODELOS DE RLB VOTO VOX

	Modelo 1			Modelo 2		
	B (E)	<i>p</i>	Exp(B) e <sup>B</sup> Odds ratios	B (E)	<i>p</i>	Exp(B) e <sup>B</sup> Odds ratios
NPID PSOE Ref. No NPID	1.416 (.394)	***	4.121	.674 (.488)		1.962
NPID Sumar Ref. No NPID	1.508 (.522)	***	4.516	1.199 (.694)		3.318
Autoubicación ideológica	.524 (.075)	***	1.689	-.016 (.116)		.984
Sexo Ref. Hombre.	-1.441 (.307)	***	.237	-1.256 (.417)	***	.285
Edad	-.017 (.009)		.983	-.013 (.012)		.987
Estudios Ref. Resto	.095 (.263)		1.099	.177 (.366)		1.194
Religiosidad Ref. No creyente	.086 (.330)		1.090	-.999 (.484)	**	.368
PPID Vox Ref. No PPID Vox				-.118 (.545)		.889
TS Santiago Abascal				1.029 (.160)	***	2.798
Constante	-5.981 (.706)	***	.003	-7.638 (1.183)	***	.000
R <sup>2</sup> de Cox y Snell		.270			.400	
R <sup>2</sup> de Nagelkerke		.516			.762	
Chi Cuadrado (Pruebas ómnibus)		280.817***			174.063***	
N			891			

\*\**p*<0.05, \*\*\* *p*<0.01. Nota: los estimadores representan el log odds de «Voto Vox=1 vs. Voto Vox=0». Errores estándar entre paréntesis. Control de multicolinealidad realizado mediante el Factor de Inflación de la Varianza (VIF). Medida predictiva de precisión (índice de precisión global)=.944, 94.4% (el punto de corte es 0.5).

Este es un hallazgo interesante, pues nos permite matizar cómo el efecto de las identidades negativas en el comportamiento electoral puede llegar a ser desigual entre los diferentes electorados. En España, el partidismo negativo hacia la derecha radical (y no hacia la derecha *mainstream*) incrementó el voto al PSOE, y, en consecuencia, debería considerarse un factor destacado a la hora de analizar el resultado de este partido en la jornada del 23J. Sin embargo, la fuerza de la animadversión hacia el PSOE se desvanece en los modelos explicativos del voto a Vox, en los que sobresalen dos elementos: el sexo del elector y la figura de Santiago Abascal. Ser mujer redujo la probabilidad de votar a Vox, en el modelo que incluye todos los controles ( $b=-1.256$  (.417)), y a un nivel de significatividad del 99%. La existencia de una *gender gap* en el comportamiento electoral de los españoles se concentra en el voto hacia este partido, un resultado que conecta con los niveles diferenciales de NPID según sexo expuestos en la Tabla 3. A su vez, la centralidad de la figura de Abascal —que incluso anula la capacidad explicativa del partidismo positivo— nos ayuda a comprender la construcción de un hiperliderazgo en torno a esta persona (algo no tan sobresaliente en el caso de Sánchez). Este es un rasgo propio de los partidos de corte populista y de los electorados con una alta demanda de certidumbre y autoridad.

## CONCLUSIONES

Las campañas electorales tratan de responder a una gran pregunta: por qué deberíamos votar por un partido. Para ello, suelen recurrir a nuestros vínculos afectivos positivos. «Vota por nosotros porque somos tu partido, el de siempre, el partido de la gente como tú». Se trata de activar sentimientos de identificación positiva con un endogrupo, ya sea de base política o social. En otras ocasiones, las campañas utilizan elementos más coyunturales para conseguir convencer a los electorados flotantes, con apelaciones racionales vinculadas a las valoraciones del desempeño retrospectivo o prospectivo. En ausencia de vínculos fuertes, el liderazgo también puede ser un factor decisivo. Pero, a veces, la mejor manera de conseguir apoyos es atacar al rival, logrando ser votado por oposición a una alternativa amenazante.

En España, todavía no sabemos mucho acerca de cómo afecta el partidismo negativo al comportamiento electoral. Esta investigación ha tratado de avanzar en este asunto, a partir del contexto de las elecciones generales del año 2023. Los datos nos permiten concluir que el partidismo negativo hacia la derecha radical representa un (novedoso) factor explicativo del voto por el PSOE, pero que Vox no se alimentó significativamente del rechazo hacia los socialistas —ni tampoco hacia Sumar—. Los sentimientos negativos que despierta Vox en buena parte de la población pueden promover una especie de voto útil a favor del PSOE, formación que sabe que la intensificación del antagonismo con la derecha radical resulta efectiva y le otorga una motivación poderosa a sus potenciales votantes. Azuzar el fantasma de la derecha radical es una estrategia rentable, tanto en términos de movilización como de persuasión. Los datos de esta investigación muestran el trasfondo de lo que parece

haber sido la dinámica emprendida por el PSOE desde finales del año 2018, en un momento de creciente polarización en el país. En este contexto, muchos electores utilizan como razón principal para elegir su voto una proposición de base negativa: evitar que alguien gane. Se relativiza el entusiasmo por un candidato o el apoyo a sus propuestas. La promoción de la hostilidad hacia los rivales hace que su victoria sea tan desafiante como para ocupar un lugar prioritario en los procesos de razonamiento.

A pesar de la rentabilidad electoral del partidismo negativo para algunos actores, convendría reflexionar más a fondo sobre sus consecuencias para la calidad de nuestras democracias, al convertir el acto electoral en un momento de pasiones oscuras. Convertir el voto en una manifestación de oposición y no de apoyo o defensa de una propuesta es difícil de sostener en el largo plazo si no se aportan otro tipo de razones que permitan ir más allá de la excepcionalidad del «frente republicano». Futuras investigaciones tendrán que seguir incrementando las evidencias disponibles sobre este fenómeno en el caso español, con análisis longitudinales y aportando datos sobre el efecto del partidismo negativo en el voto a otros partidos y en otro tipo de elecciones. Lo expuesto aquí es, tan solo, un primer paso para tratar de superar la escasa atención prestada al partidismo negativo en los estudios españoles de comportamiento electoral.

## AGRADECIMIENTOS

Los datos utilizados en esta investigación son parte de un proyecto de investigación financiado por la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia mediante la convocatoria de ayudas a proyectos para el desarrollo de investigación científica y técnica por grupos competitivos de la Fundación Séneca, Agencia de Ciencia y Tecnología de la Región de Murcia. Proyecto 21876/PI/22, «Polarización afectiva en la Región de Murcia. Un estudio sobre sus causas». Asimismo, el autor agradece la financiación recibida para su Contrato Predoctoral FPU (Ref. FPU20/01033) y para el desarrollo de una estancia en la Universidad de Stanford en el año 2023 (EST23/00369) por parte del Gobierno de España (Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades) a través del Programa Estatal de Promoción del Talento y su Empleabilidad. Este artículo se enmarca dentro de la tesis doctoral financiada por el Contrato Predoctoral FPU y fue parte de las investigaciones desarrolladas en el periodo de estancia internacional.

## Referencias

Abramowitz, Alan I. y Steven W. Webster. 2016. «The rise of negative partisanship and the nationalization of US elections in the 21st century». *Electoral Studies*, 41: 12-22. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2015.11.001>.

- Abramowitz, Alan I. y Steven W. Webster. 2018. «Negative partisanship: Why Americans dislike parties but behave like rabid partisans». *Political Psychology*, 39: 119-135. <https://doi.org/10.1111/pops.12479>.
- Álvarez Benavides, Antonio y Francisco Jiménez Aguilar. 2021. «La contraprogramación cultural de Vox: secularización, género y antifeminismo». *Política y Sociedad*, 58(2): e74486. <https://dx.doi.org/10.5209/poso.74486>.
- Amira, Karyn, Jennifer Cole Wright y Daniela Goya-Tocchetto. 2021. «In-group love versus out-group hate: Which is more important to partisans and when?». *Political Behavior*, 43: 473-494. <https://doi.org/10.1007/s11109-019-09557-6>.
- Anderson, Cameron D., Michael McGregor y Laura B. Stephenson. 2022. «Us versus them: Do the rules of the game encourage negative partisanship?». *European Journal of Political Research*, 61(4), 1060-1079. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12485>.
- Ansolabehere, Stephan y Shanto Iyengar. 1995. *Going negative: How Political Advertisements Shrink & Polarize The Electorate*. Nueva York: Free Press.
- Bankert, Alexa. 2021. «Negative and positive partisanship in the 2016 US presidential elections». *Political Behavior*, 43(4): 1467-1485. <https://doi.org/10.1007/s11109-020-09599-1>.
- Bjånesøy, Lise. 2023. «Negative partisanship and the populist radical right: The case of Norway». *Scandinavian Political Studies*, 46(1-2): 99-120. <https://doi.org/10.1111/1467-9477.12247>.
- Brewer, Marilyn B. 1999. «The psychology of prejudice: Ingroup love and outgroup hate?». *Journal of Social Issues*, 55(3): 429-444. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00126>.
- Calvo, Kerman y José Ramón Montero. 2002. «Cuando ser conservador ya no es un problema: religiosidad, ideología y voto en las elecciones generales de 2000». *Revista Española de Ciencia Política*, 6: 17-56. <https://recyt.fecyt.es/index.php/recp/article/view/37327>.
- Campbell, Angus, Philip E. Converse, Warren Miller y Donald Stokes. 1960. *The American Voter*. New York: John Wiley.
- Caruana, Nicholas J., Michael McGregor y Laura B. Stephenson. 2015. «The Power of the Dark Side: Negative Partisanship and Political Behaviour in Canada». *Canadian Journal of Political Science*, 48(4): 771-789. <https://doi.org/10.1017/S0008423914000882>.
- Castro, Paloma y Erika Jaráiz. 2022. *La construcción emocional de la extrema derecha*. Madrid: CIS.
- Crespo, Ismael y Alberto Mora. 2015. «Los efectos del liderazgo en el comportamiento electoral en las elecciones de 2011 en España. La influencia de los atributos». *Revista Elecciones*, 14(15): 145-170. <https://doi.org/10.53557/Elecciones.2015.v14n15.06>.
- Crespo, Ismael, Antonio Garrido Rubia, Antonia Martínez Rodríguez y Alberto Mora Rodríguez. 2021. «Polarización afectiva, partidismo negativo y brecha perceptiva. Una aproximación teórica». *Más Poder Local*, 45: 7-20.

- Crespo, Ismael, Antonio Garrido-Rubia y José Miguel Rojo-Martínez. 2022. «El uso de las emociones en la comunicación político-electoral». *Revista Española de Ciencia Política*, 58: 175-201. <https://doi.org/10.21308/recp.58.06>.
- Crespo, Ismael. 2016. «Campaña negativa», en Ismael Crespo, Orlando D'Adamo, Virginia García Beaudoux y Alberto Mora Rodríguez (coords.). *Diccionario enciclopédico de Comunicación Política*. Madrid: CEPC.
- Crespo, Ismael. 2023. «Los marcos de comunicación de los partidos durante la campaña del 23J». *Informe de la III Encuesta Nacional de Polarización Política del CEMOP*. Disponible en: <https://www.cemopmurcia.es/estudios/iii-encuesta-nacional-de-polarizacion-politica-2023/>.
- Dalton, Russel J. 2021. «Party Identification and Its Implications», en William Thompson (ed.). *Oxford Research Encyclopedia of Politics*. Nueva York: Oxford University Press.
- Donovan, Todd. 2023. «Measuring and predicting the radical-right gender gap». *West European Politics*, 46(1): 255-264. <https://doi.org/10.1080/01402382.2022.2034091>.
- Down, Ian y Kyung-Joo Han. 2024. «Affective polarization and strategic voting in Britain». *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 1-23. <https://doi.org/10.1080/17457289.2024.2337422>.
- Downs, Anthony. 1957. «An economic theory of political action in a democracy». *Journal of Political Economy*, 65(2): 135-150. <https://doi.org/10.1086/257897>.
- Garzia, Diego y Federico Ferreira da Silva. 2022. «Negativity and Political Behavior: A Theoretical Framework for the Analysis of Negative Voting in Contemporary Democracies». *Political Studies Review*, 20(2): 282-291. <https://doi.org/10.1177/14789299211000187>.
- Gidron, Noam, James Adams y Will Horne. 2023. «Who dislikes whom? Affective polarization between pairs of parties in western democracies». *British Journal of Political Science*, 53(3), 997-1015. <https://doi.org/10.1017/S0007123422000394>.
- Green, Donald P. y Jack Citrin. 1994. «Measurement error and the structure of attitudes: Are positive and negative judgments opposites?». *American Journal of Political Science*, 38(1): 256-281. <https://doi.org/10.2307/2111344>.
- Haime, Agustina y Francisco Cantú. 2022. «Negative Partisanship in Latin America». *Latin American Politics and Society*, 64(1): 72-92. <https://doi.org/10.1017/lap.2021.54>.
- Harteveld, Eelco, Philipp Mendoza y Matthijs Rooduijn. 2022. «Affective polarization and the populist radical right: Creating the hating?». *Government and Opposition*, 57(4): 703-727. <https://doi.org/10.1017/gov.2021.31>.
- Haselmayer, Martin. 2019. «Negative campaigning and its consequences: a review and a look ahead». *French Politics*, 17: 355-372. <https://doi.org/10.1057/s41253-019-00084-8>.
- Huddy, Leonie, Lilliana Mason y Lene Aarøe. 2015. «Expressive partisanship: Campaign involvement, political emotion, and partisan identity». *American Political Science Review*, 109(1): 1-17. <https://doi.org/10.1017/S0003055414000604>.

- Iyengar, Shanto, Gaurav Sood e Yphtach Lelkes. 2012. «Affect, not ideology: A social identity perspective on polarization». *Public Opinion Quarterly*, 76(3): 405-431. <https://doi.org/10.1093/poq/nfs038>.
- 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*, 170: 115-136. <http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.170.115>.
- Knapp, Andrew. 2022. «France's party system in 2022». *Modern & Contemporary France*, 30(4), 495-515. <https://doi.org/10.1080/09639489.2022.2134849>.
- Krupnikov, Yanna. 2011. «When does negativity demobilize? Tracing the conditional effect of negative campaigning on voter turnout». *American Journal of Political Science*, 55(4): 797-813. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2011.00522.x>.
- Lagares, Nieves, María Pereira y Erika Jaráiz. 2015. «¿Por qué las campañas? Las elecciones europeas de 2014 en España». *MARCO (Marketing Y Comunicación Política)*, 1: 131-161. <https://doi.org/10.15304/marco.id2771>.
- Lawall, Katharina. 2022. *Hate trumps love? The implications of negative partisanship for voters and political parties*. Sara Hobolt y Florian Foos (dir). London School of Economics and Political Science.
- Lazarsfeld, Paul F., Bernard Berelson y Hazel Gaudet. 1944. *The People's Choice: How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign*. Nueva York: Columbia University Press.
- Lelkes, Yphtach. 2021. «What do We Mean by Negative Partisanship?». *The Forum*, 19 (3): 481-497. <https://doi.org/10.1515/for-2021-2027>.
- Lelkes, Yphtach y Sean J. Westwood. 2017. «The Limits of Partisan Prejudice». *The Journal of Politics*, 79: 485-501. <https://doi.org/10.1086/688223>.
- Leonardelli, Geoffrey J. y Soo Min Toh. 2015. «Social categorization in intergroup contexts: Three kinds of self-categorization». *Social and Personality Psychology Compass*, 9(2): 69-87. <https://doi.org/10.1111/spc3.12150>.
- Lledó Callejón, Pablo. 2001. «La influencia de los debates electorales sobre la decisión de voto: el caso de mayo de 1993 en España». *Revista Española De Ciencia Política*, 5: 143-170.
- Maggiotto, Michael A. y James E. Pierson. 1977. «Partisan Identification and Electoral Choice: The Hostility Hypothesis». *American Journal of Political Science*, 21: 745-767. <https://doi.org/10.2307/2110735>.
- Martin, Danielle y Alessandro Nai. 2024. «Deepening the rift: Negative campaigning fosters affective polarization in multiparty elections». *Electoral Studies*, 87: 102745. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2024.102745>.
- Martin, Paul S. 2004. «Inside the black box of negative campaign effects: Three reasons why negative campaigns mobilize». *Political Psychology*, 25(4): 545-562. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2004.00386.x>.
- Mata López, Teresa y Manuela Ortega Ruiz. 2013. «Liderazgo y voto: la influencia de los líderes en tres elecciones autonómicas». *Revista Española de Ciencia Política*, 31: 123-152.

- Mayer, Sabrina J. 2017. «How negative partisanship affects voting behavior in Europe: Evidence from an analysis of 17 European multi-party systems with proportional voting». *Research & Politics*, 4(1): 2053168016686636. <https://doi.org/10.1177/2053168016686636>.
- McGregor, R Michael, Nicholas J. Caruana y Laura B. Stephenson. 2015. «Negative Partisanship in a Multi-party System: The Case of Canada». *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 25(3): 300-316. <https://doi.org/10.1080/17457289.2014.997239>.
- Medeiros, Mike y Alain Noël. 2014. «The forgotten side of partisanship: Negative party identification in four Anglo-American democracies». *Comparative Political Studies*, 47(7), 1022-1046. <https://doi.org/10.1177/0010414013488560>.
- Meléndez, Carlos y Cristóbal Rovira Kaltwasser. 2021. «Negative partisanship towards the populist radical right and democratic resilience in Western Europe». *Democratization*, 28(5): 949-969. <https://doi.org/10.1080/13510347.2021.1883002>.
- Mora, Alberto. 2017. *El voto económico y estudio de agendas en España: aproximación a sus efectos en las elecciones generales del 2000 y 2011*. Antonia Martínez Rodríguez (dir). Universidad de Murcia.
- Ortega-Villodres, Carmen y Fátima Recuero-López. 2020. «Liderazgo político y elecciones municipales: ¿nacionalización, regionalización o localismo?». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 169: 123-142. <http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.169.123>.
- Peeters, Guido y Janusz Czapinski. 1990. «Positive-negative asymmetry in evaluations: The distinction between affective and informational negativity effects». *European Review of Social Psychology*, 1(1), 33-60. <https://doi.org/10.1080/14792779108401856>.
- Ramírez-Dueñas, José María. 2022. «El factor explicativo de la orientación sexual en el comportamiento político y electoral en España (2016-2021)». *Revista Española de Sociología*, 31(4): a135. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2022.135>.
- Ridge, Hannah M. 2022. «Enemy mine: Negative partisanship and satisfaction with democracy». *Political Behavior*, 44(3): 1271-1295. <https://doi.org/10.1007/s11109-020-09658-7>.
- Rivera, José Manuel y Erika Jaráiz. 2016. «Modelos de explicación y componentes del voto en las elecciones autonómicas catalanas de 2015». *Revista Española de Ciencia Política*, (42), 13-43. <http://dx.doi.org/10.21308/recp.42.01>.
- Rose, Richard y William Mishler. 1998. «Negative and positive party identification in post-communist countries». *Electoral Studies*, 17(2): 217-234. [https://doi.org/10.1016/S0261-3794\(98\)00016-X](https://doi.org/10.1016/S0261-3794(98)00016-X).
- Soroka, Stuart y Stephen McAdams. 2015. «News, politics, and negativity». *Political Communication*, 32(1): 1-22. <https://doi.org/10.1080/10584609.2014.881942>.
- Torcal, Mariano. 2023. *De votantes a hooligans. La polarización política en España*. Madrid: Catarata.

Presentado para evaluación: 04 de julio de 2024.  
Aceptado para publicación: 09 de enero de 2025.

JOSÉ MIGUEL ROJO-MARTÍNEZ

Universidad de Murcia

josemiguel.rojo@um.es

<https://orcid.org/0000-0001-9491-4839>

Contratado Predoctoral FPU en el Departamento de Ciencia Política, Antropología Social y Hacienda Pública de la Universidad de Murcia. Graduado en Ciencia Política y Gestión Pública con Premio Fin de Grado. Graduado en Sociología. Máster en Análisis Político Aplicado, especialidad «Comunicación política». Actualmente, es miembro de la Cátedra de Políticas Públicas de la Universidad de Murcia y del Grupo Especial de Investigación CEMOP. Ha sido investigador visitante en la Universidad de Stanford (2023) y en Sciences Po-París (2024). Entre sus publicaciones científicas recientes destacan: «Dinámicas emocionales intergrupales: un análisis sobre los rasgos de los electores polarizados afectivamente en España» (REIS) y «Misperceptions and affective polarization: evidence from Spain» (RIS).